أسس إدارة

الحفلات والمؤتمرات

د/ نيفين شريف

المعهد العالى للسياحة والفنادق

إيجوث- الإسكندرية



لنشر وتوزيع الكتب

٠٤٥٢٢١١٤٩٥-٠١٢١١٥١٢٣٧

أسس إدارة الحفلات والمؤتمرات

دكتورة / نيفين شريف

2012

مكتبة بستان المعرفة

لطباعة ونشر وتوزيع الكتب

☎ 012/ 1151237&045/2211495

بسم الله الرحمن الرحيم

علم الإنسان مالم يعلم

صدق الله العظيم

الفصل الأول

المقومات الأساسية في الخدمات الفندقية التي تهم منظمو المؤتمرات والحفلات

المقومات الأساسية في الخدمات الفندقية التي تهم منظمو المؤتمرات والحفلات

مقدمة :-

ازداد اتجاه دول العالم إلي التعاون وخلق مناخ من التواصل فيما بينهم في المجالات المختلفة حتى ينتشر السلام وقد ساعد التطور التكنولوجي الضخم في مجالات الاتصالات واتساع شبكات خطوط الطيران الدولية والمحلية لتغطي كل أنحاء العالم في المساعدة علي تبادل الآراء والأفكار وظهور مراكز متخصصة لإقامة المؤتمرات وقد ساهمت الفنادق بدور فعال في تنظيم تلك المؤتمرات وإيفاء رغبات ومتطلبات المؤتمرين وأستدعي ذلك إلي توافر مقومات أساسية في الخدمة الفندقية لتحقيق هذا الهدف وبغرض أداء العمل علي أكمل وجه وتقديم أفضل الخدمات الممكنة للمؤتمر.

فيجب علي القائمين علي تنظيم المؤتمرات أو الحفلات دراسة عدة عوامل ومقومات خاصة بالفندق المزعم إقامة المؤتمر أو الحفل فيه لضمان نجاحه وتلك المقومات نسردها في العرض التالي.

❋ الموقع

يتضمن جهد وعمل كبير للبحث عن موقع الفندق اللازم لإقامة المؤتمر أو الحفل وتوجد عدة اعتبارات يجب دراستها عند اختيار موقع الفندق.

ويعتبر الموقع الجغرافي من أهم تلك الاعتبارات وذلك لما له من تأثيرات سياسية أو دينية ويتوقف اختيار الموقع الجغرافي علي نوع المؤتمر فالمؤتمرات الدولية التي يشترك فيها أكثر من دولة والمؤتمرات الإقليمية مثل مؤتمر وزراء خارجية الدول العربية والمؤتمرات السياسية كمؤتمرات السلام الدولية يفضل أن يعقد في دول محايدة وليس لها دخل في الأطراف السياسية المتصارعة وأيضا مؤتمرات الشركات ورجال الأعمال والتي تهدف لتسويق الأعمال والخدمات والمنتجات يفضل أن تعقد في المنتجعات والقرى السياحية وفي المدن التجارية الكبيرة. ويجب علي إدارة الفندق إمداد منظمي المؤتمر أو الحفل بكل المعلومات الصادقة عن الفندق ومكانته وقاعاته حيث تلعب الكلمة الصادقة دوراً كبيراً في إعطاء انطباع جيد عن الفندق وتساعد علي تغيير التصور الخاطئ عن تكلفة الإقامة ونوعية الخدمات.

❋ القاعات

يتم اختيار القاعات وتجهيزاتها قبل انعقاد المؤتمر أو الحفل بوقت كاف وذلك لدراسة : -

١-عدد قاعات الفندق ومدي توافرها في الأوقات المناسبة والمطلوبة.

٢-موقع القاعات التي يفضل أن يكون في الطوابق الأرضية أو الأولي للفندق وسهولة الوصول للقاعات التي تقع في طوابق أخري سواء بالمصعد أو السلم مع مراعاة أن تكون المسافة بين المصعد والسلم قريبة حتى لا يتسبب ذلك في إرباك المؤتمر وتزاحم المؤتمرين.

٣-إمكانية توافر لوحات إرشادية لعرض الإشارة إلي موقع انعقاد جلسات المؤتمر المختلفة.

٤-مدي تقارب قاعات الفندق المختلفة فيفضل أن تكون قريبة من بعضها البعض.

٥-دراسة بعد موقع القاعات عن مصادر الضوضاء كالملهي الليلي – صالات الديسكو أو أماكن بها حركة سير.

٦-إطلالة القاعات علي مظهر جمالي مثل الحدائق أو الملاعب الرياضية أو حمامات السباحة.

٧-سهولة الوصول لممرات الدخول وأبواب القاعات ووجود أبواب خاصة لدخول العاملين والخدمات.

٨-حجم وطول الممرات التي تربط القاعات مع المطبخ لغرض تقديم الطعام.

٩-التأكد من وجود عوازل للصوت في القاعات حتى لا يطغي صوت قاعة علي صوت قاعة مجاورة.

١٠- دراسة مدي توافر أجهزة مكبرات صوت وكيفية توزيع سماعات الصوت داخل القاعات ومدي توافر أجهزة الترجمة الفورية.

❋ وسائل النقل

لتنظيم مؤتمر ناجح يفضل أن ينظم قسم المؤتمرات ترتيبات النقل للمؤتمرين خاصة إذا كانت أماكن انعقاد المؤتمر أو الاجتماعات تتم في أكثر من فندق واحد وتبدأ ترتيبات نقل المؤتمرين من أماكن تواجدهم حيث يتم التفاوض مع شركات خطوط جوية تتمتع بسمعة طيبة للحصول علي تذاكر سفر مخفضة أو تذاكر درجة أولي

بأسعار الدرجة السياحية لأعضاء المؤتمر وإمكانية إجراء تخفيضات علي شحن المواد والمعدات التي تستخدم في المؤتمر. وترتيب إجراءات لاستقبال المشاركين في المؤتمر داخل المطار من قبل موظفي قسم الحفلات والمؤتمرات في الفندق أو من يمثلهم وسرعة إنهاء إجراءاتهم ونقلهم بوسائل نقل مريحة وسريعة قدر الإمكان للفندق وكذلك توفير للمشاركين والمقيمين بنفس مدنية انعقاد المؤتمر وسيلة انتقال حتى لا يشعرون بالضيق وعدم الأهمية وبالتالي يصعب إرضاؤهم. وتتمثل وسائل النقل في شركات النقل بالأتوبيسات السياحية أو خدمة سيارات الليموزين ولابد للفندق أن يوفر مواقف خاصة بالأوتوبيسات والسيارات عند مدخل الفندق لإنزال المؤتمرين ومما لا شك فيه توفير وسيلة نقل ممتازة ومريحة تعطي انطباع جيد عن الفندق لدي المؤتمرين وتدل علي مدي اهتمامه بالمؤتمر.

❋ غرف الإقامة

عقد المؤتمرات داخل الفندق يحتاج أن يتم الإعداد لها قبل بدايتها بوقت مناسب ليتمكن الفندق من حجز الغرف للمؤتمرين واتخاذ كافة الإجراءات والتسهيلات اللازمة للمؤتمر خاصة تلك المؤتمرات التي يصاحبها معارض وأيضاً فيما يتعلق بالحفلات فقد يحتاج بعض الأشخاص المدعوين للحفل إلي الإقامة (المبيت) في الفندق وبالتالي يتم تحديد عدد الغرف المطلوبة للإقامة ونوعها مفردة أو مزدوجة.

يجب على القائمين على تنظيم المؤتمر معاينة غرف الفندق اللازمة للإقامة من حيث نوعية الأثاث ونظافة الغرف وموقعها ويتوقف

عدد الغرف الواجب توافرها علي عدد المشاركين في المؤتمر وينبغي أن تكون الغرف متعددة ومتنوعة (غرف مفردة – مزدوجة ....) ويحظي أعضاء المؤتمر بغرف مجانية أو مخفضة تتوقف علي عدد أيام حجز الغرف فكلما طالت مدة أيام الحجز كلما كان بالإمكان إعطاء خصومات أو غرف مجانية.

تسهيلات إقامة معارض :-

تشكل المعارض مصدر دخل مهم للقائمين عليها وتعتبر في كثير من الأحيان جزء لا يتجزأ من المؤتمرات والاجتماعات ولابد للفندق أن يقدم كافة التسهيلات لإنجاح تلك المعارض.

الإعتبارا ت التي ينبغي مراعتها عند إقامة المعارض:-

١- مكان المعرض لابد أن يتواجد في مكان سهل الوصول إليه.

٢- توفير عدد من اللوحات الإرشادية للدلالة علي مكان المعرض.

٣- توافر أماكن لتفريغ وتحميل المنتجات المعروضة.

٤- وجود العمالة المدربة والماهرة (نجار – كهربائي – سباك- ....).

٥- تزيين قاعات العرض بالديكورات المناسبة.

٦- تسهيلات خدمة الأغذية والمشروبات.

٧- تأمين المعرض ضد الحوادث والحرائق.

٨- القيمة المالية لتأجير قاعة المعرض.

٩- تكاليف نقل منتجات المعرض إلي الفندق والوقت الذي تستغرقه.

١٠-مبلغ التأمينات التي يجب أن تدفع إلي الفندق.

١١-شروط التأمين.

١٢-تكاليف الكهرباء والماء وخط التليفون.

١٣-تكاليف اليد العاملة المؤجرة.

١٤-مواقف السيارات.

١٥-تكاليف تنظيف وترتيب قاعة العرض.

١٦-عدد المشاركين في المعرض.

١٧-إيجار المعدات التي تستخدم في المعرض.

❋ الجانب الترفيهي للمؤتمرين ومرافقيهم

يهتم السائح القادم لحضور المؤتمر بالدرجة الأولي بتقديم بحثه أو محاضرته وتبادل الخبرات والمعلومات مع باقي أعضاء المؤتمر ويحتاج بعد ذلك إلي أن يستمتع بوقت فراغه خاصة المؤتمرين الذين يرافقهم أزواجهم أو زوجاته و أبنائهم فيودون الاستمتاع بالجانب الترفيهي كما استفادوا بالجانب العلمي والتثقيفي وتعتبر الأنشطة الترفيهية من القطاعات الهامة في صناعة الفنادق وتحتاج إلي إدارة ناجحة لضمان توفيرها بشكل جيد ومميز والجانب الترفيهي يشتمل علي : -

١-زيارة الأماكن التاريخية والثقافية

وهي تمثل جذباً شديداً لسائح المؤتمر فيقومون بزيارة ما تمتاز به المدن المقام بها المؤتمر فإذا كان المؤتمر يعقد في باريس فلابد للمشارك أن يزور متحف اللوفر أو برج إيفل وإذا كان المؤتمر في الإسكندرية فزيارة مكتبة الإسكندرية والمتحف اليوناني و قلعة قايتباي.

٢-المهرجانات

هي حفلات يجتمع فيها الناس للإستمتاع بما يقدم من شتي أنواع الفنون التي تمثل البلد المقام بها المهرجان وعادة يكون مكان

إقامته في أحد المقاصد السياحية التي تشتهر بها. وقد يوفر المهرجان منتجات يدوية محلية تمثل واقع المنطقة بالإضافة إلي إمكانية المشاركة في المسابقات التي تصاحب هذه المهرجانات وتمنح جوائز عديدة للمشاركين.

٣-زيارة الأماكن الطبيعية

وتشمل الشواطئ والاستمتاع بمشاهدة المناظر الطبيعية وصيد الأسماك كزيارة شواطئ البحر الأحمر ومشاهدة الشعب المرجانية الخلابة.

٤-زيارة الأماكن الدينية

هي تمثل المساجد الشهيرة والكنائس.

٥-زيارة الحدائق ودور الملاهي والمسارح

وتتم الأنشطة الترفيهية في إطار جولات ورحلات سياحية من قبل قسم المؤتمرات بالفندق مع مراعاة عدم تعارض أوقات تلك الجولات مع برنامج المؤتمر.

☜ **الأنشطة الترفيهية بمحافظة الإسكندرية**

في إطار خطة تطوير وتجميل الإسكندرية التي ارتقت بالمستوي السياحي والحضاري للمدينة مما جعلها مقصداً سياحياً متميزاً حيث تحتوي علي العديد من المراكز والمنشآت الحضارية والترفيهية.

وحيث أنه من الهام تنظيم حسن استغلال هذه المقومات والمراكز والمنشآت في مزيد من الدعم السياحي للمدينة لتكون عنصراً جاذباً للسياحة الداخلية والسياحة الوافدة وذلك بالإضافة إلي باقي المنشآت والفنادق والمقومات السياحية بالمدينة وحيث تسير هذه الخطة طبقاً للتخطيط العمراني ذو النظرة المستقبلية المستمرة والمتوازنة

للمدينة تأسيساً علي المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والبشرية واحتياجات عملية التنمية الشاملة.

الفصل الثاني

العنصر البشري في خدمة المؤتمرات والحفلات

العنصر البشري في خدمة المؤتمرات والحفلات

مقدمة :

لاشك أن العنصر البشري في خدمة المؤتمرات والحفلات يعد من أهم عوامل نجاحها والعلاقة بين البشر ليست سهلة ويصعب التنبؤ بها وتختلف قواعد تلك العلاقة تبعاً للمواقف المختلفة ومن هنا تبرز أهمية الإدارة حيث ينظر للإدارة كفن وعلم في آن واحد وترجع أهميتها إلى أنها الوسيلة التي من خلالها يتم تسيير العمل بحيث تستخدم الموارد المتاحة في بيئة العمل بالطريقة المثلى لتحقيق الأهداف المنشودة ويزداد العبء الواقع على الإدارة بازدياد مشكلات العمل والاضطرابات الناتجة عن التغيير في معدلات العرض والطلب على الموارد والمنتجات، وكذلك كيفية التعامل مع طموحات ورغبات العاملين بجانب مواجهة مشكلات أخرى كنمو مستوى المعيشة أو نشوب أزمات. ويمكن تعريف الإدارة بأنها التكامل والتنسيق الفعال للموارد المتاحة بهدف تحقيق الغايات والأهداف.

الوظائف الإدارية :-

١-التخطيط :-

يجب أن يتم من واقع الأهداف الموضوعة حيث يجب على الإدارة تحديد نوع العمل المطلوب آدائه والوسائل التي ستستخدم والأسلوب الذي سيتم به إنجاز هذا العمل.

٢-التنظيم :-

بعد تحديد أهداف المنشأة وإعداد الخطط المناسبة لها فإنه ينبغي أن تنظم وتحلل النشاطات والقرارات والعلاقات المطلوبة وذلك عن طريق تصنيف العمل وتقسيمه إلى نشاطات يقوم بها العنصر البشري

أو العاملين. حيث يتم عمل تحديد للوظائف وذلك يتم طبقاً لاحتياجات التشغيل ويجب أن يراجع على فترات لمواجهة أي تغيرات تحدث.

٣-التنسيق :-

هي عملية إدارية تربط ما بين التخطيط والتنظيم لمتابعة تنفيذ الأنشطة اليومية وذلك من خلال تقسيم المسئوليات والواجبات بين العاملين لتحديد العلاقة بينهم بما يحقق الأهداف المنشودة.

٤-التوظيف :-

ويقصد بها الأفراد المؤهلين للمناصب المختلفة وفقاً للهيكل الوظيفي الموضوع للمنشأة. وهي عملية مستمرة تتغير تبعاً لتغيرات التنظيم والتخطيط أو حتى لتغير الأهداف أو خلو بعض المناصب بسبب الوفاة أو الاستقالة أو الخروج للمعاش.

٥-التوجيه :-

يشتمل على الإشراف والإرشاد وتقديم النصائح للعاملين والتدريب وذلك بالكيفية التي توجه جهودهم لخدمة الأهداف المطلوبة وذلك يتطلب علاقة إيجابية بين المدير والعاملين معه حيث أن المدير ذو المواهب الخلاقة يتمكن من حسن الإدارة وتحفيز العاملين لتحقيق الأهداف بأقل جهد وتكلفة ممكنة.

٦-الرقابة :-

يقصد بها متابعة سير العمل والتأكد من أنه يتم تبعاً للخطة الموضوعة بفاعلية وكفاءة وتصحيح أي خطأ فور حدوثه ولكي يتحقق ذلك لابد من وجود مواصفات قياسية لإدارة العاملين يحدد على أساسها الأداء الفعلي لهم وبناء عليها تتخذ الإجراءات التصحيحية. وفي الجدول التالي نموذج لقائمة تقييم أداء العاملين.

قائمة التقييم

التاريخ:............................ اسم الموظف :

....

الوظيفة : ....الأداء الشخصي :

....

	نعم	لا
١-يبدأ العمل في الوقت المحدد بالجدول.	☐	☐
٢-إنجاز العمل الموكل إليه بكفاءة.	☐	☐
٣-يعمل بنظافة، وأمان وأسلوب وأخلاق عالية.	☐	☐
٤-هادئ الطبع.	☐	☐
٥-التحكم في أعصابه أثناء ضغط العمل.	☐	☐
٦-كيفية اتخاذ القرارات المناسبة عند الضرورة.	☐	☐
٧-يعمل جيداً بدون إشراف.	☐	☐
٨-العمل يتناسب مع المستوى المطلوب.	☐	☐
٩-متابعة الإجراءات المطلوبة.	☐	☐
١٠- هل هو نظيف ومنظم؟	☐	☐
١١- هل يعتمد عليه / يثق به / مناسب؟	☐	☐
١٢- يتابع التعليمات.	☐	☐
١٣- متعاون مع رئيسه وزملائه.	☐	☐
١٤- يستحق الترقية إذا سمحت الفرصة.	☐	☐
١٥- يتعلم بسرعة.	☐	☐
١٦- يتصف بالأمانة.	☐	☐
١٧- قبول مسئوليات العمل الموكلة إليه.	☐	☐

١٨- إنجاز العمل في الوقت المطلوب.	☐	☐
١٩- يقدم اقتراحات لتحسين وتطوير العمل.	☐	☐
ملاحظات أخرى (مواقف ذات حساسية، التاريخ)		

Evaluation Checklist

Date: .... Name of Employee: ....

Position:...........................

	No	Yes
Performance Factores	☐	☐
1. Begins work at scheduled time.	☐	☐
2. Performs work assignments effectively.	☐	☐
3. Work in clean and sanitary manner.	☐	☐
4. Has Aneven temperament.	☐	☐
5. Can work well under pressure.	☐	☐
6. Can make proper creative decision when	☐	☐
necessary.	☐	☐
7. Works well without constant supervision.	☐	☐
8. Work performed meets quality standards.	☐	☐
9. Follows required precesuces, does not take	☐	☐
"shortcuts" which reduce quality.	☐	☐
10. Is personally and clean.	☐	☐
11. Is dependable/reliable/consistent.		
12. Follows instruction.	☐	☐

13. Cooperates with supervisor and fellow	☐	☐
employees.	☐	☐
14. Can be considered for promotion if openings	☐	☐
occur.	☐	☐
15. Is a fast leaner.	☐	☐
16. Is an honest employee.	☐	☐
17. Accepts responsibility for work assignments.	☐	☐
18. Performs work within required time.		
19. Makes suggestion for work improvement.		
OTHER COMMENTS (Critical incidents, list sate incident):		

الهيكل التنظيمي لإدارة الفندق :-

لتحقيق وظائف الإدارة ينبغي التعرف على الهيكل التنظيمي لإدارة الفندق وهو يوضح أقسام الفندق وارتباطها معاً وتدرج الوظائف وتسلسلها وتوجد عدة عوامل تحدد الهيكل التنظيمي لوظائف الفندق **وهي:-**

١-نوع الخدمات التي يقدمها الفندق.

٢-طاقة الفندق الاستيعابية.

٣-درجة الفندق.

٤-نوع التجهيزات والمعدات التي يستخدمها الفندق.

٥-مهارة العنصر البشري (العاملين).

يمكن شرح الأقسام الرئيسية في الفندق فيما يلي :-

١)قسم المكاتب الأمامية

Front Office Department

يعد من أهم أقسام الفندق وهو أول مكان يتصل به النزيل عند قدومه إلى الفندق وآخر مكان ينهي فيه تسديد تكاليف إقامته قبل مغادرته للفندق وتعتبر المكاتب الأمامية حلقة الاتصال بين النزلاء والإدارة وهو المركز العصبي لجميع مرافق الفندق ويتوقف كفاءة أداء العمل بها على النجاح الذي يحققه الفندق.

وتتكون المكاتب الأمامية من :-

قسم الحجز Reservation ، قسم الاستقبال Reception، صراف المكاتب الأمامية Front office Cashier، التليفونات Telephone Operators، الاستعلامات Information، وحامل الحقائب Pullman، وعامل الباب Door man.

ومن أهم وظائف هذا القسم الترحيب بالنزلاء واستقبالهم لعمل الحجوزات أو التسكين حيث يتم من خلاله تسجيل النزلاء وتخصيص الغرف اللازمة لهم كما يقوم باستلام الطرود والرسائل الخاصة بنزلاء الفندق وتقديم المعلومات والرد عن الاستفسارات مع تنمية المبيعات بالتعاون مع الأقسام الأخرى بالفندق فهو يمثل حلقة ربط بين أقسام الفندق المختلفة.

٢)قسم الإشراف الداخلي

Housekeeping Department

تتوقف راحة ورضاء النزيل بدرجة كبيرة على كفاءة العمل في هذا القسم، فهو مسئول عن نظافة وترتيب غرف النزلاء والأماكن العامة مثل قاعات الحفلات والاجتماعات والمؤتمرات والمطاعم. ويضم القسم المغسلة التي يقع على عاتقها غسل بياضات ومفروشات الفندق وكذلك ملابس العاملين والنزلاء، ومن أولى اهتمامات قسم الإشراف الداخلي في أي فندق هو

المحافظة على مستوى عال من النظافة وأخطار إدارة الصيانة عن أية أعطال أو خلل في غرف النزلاء أو الأماكن الأخرى.

٣)قسم الأغذية والمشروبات

Food & Beverage Department

يعتبر هذا القسم أداة لجذب العملاء وإضفاء سمعة جيدة على الفندق، وهو يشكل مركز ربح للفندق وعادة يلي قسم الغرف في تحقيق الدخل، ويتوقف حجم هذا القسم وأفرعه طبقاً لحجم الفندق وطبيعة تشغيله.

وينقسم قسم الأغذية والمشروبات إلى :-

- إنتاج الأغذية Food Production (Kitchen)
- خدمة المأكولات والمشروبات Food & Beverage Service وهي ممثلة في المطاعم والكافيتريات وخدمة الغرف وقاعات الحفلات والمؤتمرات والأنشطة الترفيهية مثل النادي الليلي.

٤)قسم شئون الأفراد

Human Resources Department

يضم هذا القسم إدارتي شئون العاملين والتدريب ونظراً لأهمية العنصر البشري في العمل الفندقي فإن هذا القسم يهتم بتوفير العمالة الجيدة ذات المهارة العالية ويعمل على إلحاقهم بالأقسام المختلفة وتنظيم ومراقبة ورديات أعمالهم وإجازتهم ومرتباتهم وحل المشكلات التي تواجههم، وتنظيم برامج التدريب المختلفة طبقاً لخطة واحتياجات الإدارات المختلفة في الفندق.

٥)قسم المبيعات والتسويق

Seles & Marketing Department

يهتم بتنمية إيرادات الفندق وهذا القسم أصبح يشكل أهمية كبيرة للإدارة حيث يعتمد عليه في تنمية المبيعات وفتح أسواق جديدة وخلق سمعة جيدة لخدمات الفندق في الإقامة او خدمة الأغذية والمشروبات أو خدمة الأنشطة الترفيهية أو قاعات الحفلات والمؤتمرات.

٦)قسم الحسابات

Accounting Department

يقع على عاتق هذا القسم رقابة جميع التعاملات المالية التي تتم بالفندق وذلك لإحكام الرقابة على الإيرادات والتكاليف ويعهد إلى القسم عمل الموازنات وإجراء المناقصات لشراء المواد الخام ويشترك في عمليات الشراء والاستلام والصرف بالتعاون مع الأقسام الأخرى في الفندق وفي سبيل ذلك يحتفظ بالسجلات اللازمة ويعد التقارير اليومية والشهرية والسنوية.

٧)قسم الهندسة والصيانة

Engineering and Maintenance Department

تتلخص وظيفته في المحافظة على مبنى الفندق وإجراء التجديدات المطلوبة ومراقبة التجهيزات والمعدات المختلفة في مرافق الفندق وإصلاح الأعطال وإجراء الصيانة أو الإشراف عليها.

٨) قسم الأمن

Security Department

وظيفته المحافظة على أمن وسلامة النزلاء وكذلك العاملين بالفندق واتخاذ ما يلزم نحو منع حوادث السرقة والإرهاب والحرائق والعمل على مواجهتها إذا حدثت. ويلاحظ أن هناك أمن خاص لوزارة السياحة بجانب فريق الأمن الخاص بالفندق لاتخاذ جميع الإجراءات التي تؤمن الفندق.

وفي سبيل تحقيق ذلك فإن مسئول الأمن يقوم بعمليات التفتيش في أنحاء الفندق ومرافقه المختلفة بصفة دورية، ويزود الفندق قسم الأمن بشاشات وكاميرات مراقبة ومعدات حديثة لتسهيل عمله، كما يزوده الفندق بمعدات مكافحة الحرائق مع وجود نظام إطفاء مناسب وأيضاً يتم إجراء تدريب للعاملين بالفندق على التعامل مع الأزمات والحرائق.

* سمات المدير الناجح :-

يتوقف النجاح في الإدارة إلى حد كبير على المدير الناجح لهذا كانت عملية اختيار المدير من أصعب وأدق العوامل في نجاح الإدارة وتتوقف عملية الاختيار على وجود سمات وخصائص معينة ينبغي أن يمتاز بها المدير الناجح ويمكن إيجازها **في النقاط التالية :-**

١- أن يكون ذو شخصية محبوبة وخلق كريم.
٢- يتمتع بثقافة ممتازة وإلمام باللغات الأجنبية المختلفة.
٣- لديه قدرة على استيعاب وملاحظة كل صغيرة وكبيرة.
٤- المقدرة على اتخاذ القرارات ومتابعة تنفيذها.
٥- لديه القدرة على مواجهة المشكلات والأزمات واستيعابها بحكمة.
٦- يتمتع بنظرة ثاقبة للأمور المختلفة.
٧- يتفهم رغبات واحتياجات العاملين معه ويساعدهم بإبداء النصيحة والمشورة.
٨- لديه القدرة على الابتكار والتجديد.
٩- يتمتع بالقدرة على تحفيز العاملين معه بغرض الأداء الجيد والإنجاز.
١٠-لديه القدرة على التنسيق وتقسيم العمل بين العاملين تبعاً لخصائصهم وطبقاً لما يلائمهم.

❋ خصائص العنصر البشري في خدمة الحفلات والمؤتمرات :-

١- المظهر الشخصي النظيف من حيث الأظافر والجلد والوجه والشعر.
٢- الوقفة الصحيحة والسير المعتدل الذي يعطي انطباع جيد للضيف.
٣- التحدث باسلوب مهذب مع العميل.
٤- عدم المرور باستمرار أمام الضيف أو في مواجهته.
٥- عدم المقاطعة أو الإنصات إلى ما يقال عند تحدث الضيف مع باقي الضيوف.
٦- الاستماع لما يقال له وإعطاء الضيف كل الاهتمام.
٧- عند التحدث مع الضيف يجب التحدث معه بوضوح وببطء.
٨- إعطاء العناية للأدوات المستخدمة في الحفل أو المؤتمر فلا يتكاسل في حفظها أو عدم الاعتناء بها.

❋ تدريب العنصر البشري في خدمة الحفلات والمؤتمرات :-

لاشك أن العمالة المدربة لها دور كبير في نجاح العمل. فالعامل المدرب يكون أكثر التزاماً وإنتاجاً عن العامل الغير مدرب وبالتالي يعتبر أكثر نفعاً للإدارة والفندق.

❋ أهداف التدريب :-

١- تقليل شكاوى العملاء والضيوف وكذلك تقليل التكاليف.
٢- رفع مستوى كفاءة الإداء والخدمة والارتقاء بها إلى مستوى عال.
٣- إمداد الفرد بمعلومات لم يكن يعرفها تساعده على أداء عمله بشكل أفضل.
٤- تحسين وتطوير قدرتهم على الأداء المتميز.
٥- التقليل من الحوادث وبالتالي خسائر الفندق.

* **أنواع التدريب :-**

١- **التوجيه** : هدفه إعطاء معلومات أساسية عن العمل والإدارة لخلق عمالة تفهم سياسة وأهداف الإدارة.

٢- **تعلم مهارات العمل** : تعتمد على إتقان المهارات والمعرفة وشرح كيفية القيام بها للعمالة الجديدة مثل التدريب على كيفية تجهيز المناضد وفرش الأثاث في قاعات الحفلات أو المؤتمرات وذلك التدريب يعطى نوعاً من المعرفة والمهارة للعامل.

٣- **كيفية التعامل مع العملاء وضبط النفس** : وهذا النوع من التدريب يعتمد اساساً على علاقة العامل بالضيف ومهارة الاتصال والعلاقات العامة وكيفية التعامل مع المؤتمرين أو المدعوين للحفل.

* **طريقة التدريب :-**

طريقة التعليم لها تأثير مباشر على التدريب، فيما يلي بعض هذه الطرق:-

١- كتب تعليمية بها معلومات وإرشادات وهذه الطريقة تنقل المعلومات للأشخاص ومن عيوبها عدم إعطاء الفرصة للمتدرب أن يسأل أو يستفسر عن بعض الأشياء.

٢- المحاضرات وهي تعطي لمجموعة من الأشخاص بقصد توصيل المعلومات لهم وهذه الطريقة تعطي فرصة للأسئلة والاستفسار.

٣- حلقات المناقشة : هذه الطريقة من التدريب تعتمد على المحادثة والمناقشة بين المجموعة التي تتدرب وهي من أنجح الطرق لأنها تتيح فرصاً جديدة للتعلم.

٤- الأفلام التسجيلية : تعتمد تلك الطريقة على مشاهدة أفلاماً تسجيلية للمؤتمرات أو الحفلات توضح طرق المعاملة والتقديم والخدمة.

٥- التواجد بالملاحظة : تعتمد على حضور المتدرب للمؤتمر أو الحفل كمشاهد فقط وتلك الطريقة تمكنه من دراسة متابعة المواقف المختلفة.

٦- التدريب العملي: هذه الطريقة تعتمد على العمل الفعلي تحت إشراف مشرف أو أحد العمال القدامى.

وتقوم بعض الفنادق بإرسال العاملين لتلقي الدورات التدريبية في الخارج.

يفضل تقييم الأفراد قبل وبعد الدورة التدريبية من خلال دراسة رد فعل التدريب على الفرد ومطابقة الأداء الفعلي بالأداء المطلوب من حيث الدقة والشمولية للمعايير الموضوعة.

الإنتاجية ومقدار إنتاج الفرد في مدة محدودة قبل وبعد الدورة.

مدى الاعتماد على الفرد لتأدية عمله ومتابعته له. قدرته على الاستيعاب وتفهمه للعمل والمهارات العملية والفنية ومقدار المعلومات الأساسية التي لديه لتأدية عمله بإتقان ومقدار تواجده وانتظامه في العمل ومدى الاستقلالية أثناء العمل الذي يؤديه الفرد بقليل من الرقابة، أو من خلال الرقابة الذاتية. ولابد من التوصل إلى عائد ملموس من برامج التدريب لتهيئة مناخ مناسب داخل العمل يشجع الأفراد على تطبيق ما تعلموه بطريقة فعالة وذلك في إطار من المرونة تتيح تغير الاحتياجات التدريبية وتحديث الوسائل التعليمية.

بعض الوسائل التي يجب أن تؤخذ في الاعتبار عند اختيار المجموعات التي تساهم في إعداد برامج التدريب:-

١. اختيار الأفراد ذات الاتجاهات المتجانسة.

. لا يتم اختيار مجموعات لها تأثير سلبي على الأفراد.

٣. الاستعانة بالمجموعات الكبيرة في تجميع ونقل المعلومات إلى الأقسام، بينما المجموعات الصغيرة في التأثير على الآخرين.
٤. البعد عن الصراعات ليكون عملية الاقتناع والإبداع أيسر.
٥. التركيز على الخبرة الفنية لدى المجموعات للحصول على نتائج جيدة والبعد عن التركيز على السلطة.
٦. تحديد المطلوب من التدريب لتحقيق أهداف محددة.
٧. استخدام الحوافز المادية بجانب الحوافز المعنوية للإنجازات الفورية.
٨. أداء العمل بكفاءة واستيعاب البرامج التدريبية.

معظم المؤسسات تسعى للتدريب أملاً في التوصل إلى عائد مناسب من الاستثمار والأرباح وفي أغلب الأحيان لا يوجد صلة بالاحتياجات الفعلية للمتدربين، وبالتالي لا ينتفع بها الأفراد، أو تصمم البرامج على مستوى أعلى مما يمكن استيعابه من المتدربين، أو تكون متكررة وغير متجددة وغير مفيدة لهم، وقد يكون منهج وأسلوب التدريب متقادماً.

عوامل التدريب الناجح:-

١) إعداد البرامج التدريبية بحيث يتم التركيز على أهداف وسياسات المنشأة.
٢) دراسة الاحتياجات الفعلية لكل قسم لتحقيق الكفاءة.
٣) تعدد الوسائل التعليمية.
٤) اختيار المدربين الأكفاء في المادة التعليمية.
٥) التركيز على التطبيقات العملية.
٦) استمرار الدورات التدريبية من أجل ضمان توسيع أفق الفرد وتقبله المبادئ الجديدة بسهولة.

٧)تحقيق الأهداف بفاعلية من خلال تنمية المهارات.

٨)إعداد البرامج بما يتلاءم مع الاحتياجات الفعلية والأخذ في الاعتبار الاحتياجات المستقبلية.

التدريب داخل الفندق:-

١- يعتبر وسيلة فعالة لنشر الأهداف والسياسات والاتجاهات والإجراءات داخل الفندق.
٢- يخلق نوع من الألفة وشعوراً بالمشاركة والتعاون لتواجد العاملين في نفس مكان عمله.
٣- يسهم في ضمان انضباط العامل حيث يتم التدريب تحت أعين الرؤساء.
٤- تساعد على تدريب أكبر عدد من الأفراد.
٥- توفير النفقات حيث لا يحتاج المشتركون إلى مواصلات أو التفرغ.

التدريب خارج الفندق:-

١. يسهم على مساعدة المتدربين على التعرض للبيئة الخارجية واكتساب وجهات نظر متنوعة.
٢. يساعد على الاطلاع على البدائل المختلفة في الفنادق الأخري، ويشجع على تأمل الفندق من مسافة بعيدة، ويتيح عمل مقارنات.
٣. يشكل عبء مادي للفندق حيث يحتاج إلى تغيب المتدربين عن عملهم لفترات طويلة وحاجاتهم إلى وسائل نقل.
٤. يسهم في إقامة صلات وعلاقات عامة.
٥. يساعد على تدريب عدد محدود من الأفراد.

الفصل الثالث

المؤتمرات

المـؤتمــــرات

مقدمة :-

يطلق مصطلح مؤتمر على أي اجتماع يحضره أطراف متعددة لتحقيق هدف ما (قد يكون سياسي، علمي، ثقافي، فني ....). وتعتبر سياحة المؤتمرات من أهم أنواع السياحة الحديثة فمع زيادة العلاقات الدولية بين دول العالم وتطور وسائل المواصلات والثورة الهائلة في عالم الاتصالات وانتشار التعاون الدولي في كافة المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والعلمية والفنية والرياضية مما دعى إلى أهمية اللقاءات والاجتماعات للمتخصصين في تلك المجالات لتوسيع دائرة الثقافة والمعرفة وقد ارتبط نشاط المؤتمرات بقطاع الفنادق وأصبحت تمثل صناعة لها كيانها وتنظيمها حيث اهتمت الفنادق بإنشاء قاعات مخصصة ومجهزة لعقد المؤتمرات وتقديم الخدمات والتسهيلات اللازمة بهدف ترويج مبيعات هذه الفنادق وزيادة أرباحها.

حيث أن معدلات الإنفاق في سياحة المؤتمرات أعلى عن النشاطات السياحية الأخرى. حيث أن تحديد مكان انعقاد المؤتمرات الدولية يتحدد بمدى توافر الخدمات والتسهيلات التي يقدمها الفندق وسهولة المواصلات ومكان المؤتمر بالنسبة للدول التي يقيم بها معظم أعضاءه وكذلك أخذ في الاعتبار التكلفة المتوقعة.

أهمية المؤتمرات :-

أ- من وجهة نظر المؤتمرين :-

١-توسيع دائرة الثقافة والمعرفة.

٢-تبادل الخبرات والأفكار الجديدة.

٣-وسيلة اتصال بين أفراد وزملاء التخصص الواحد من دول أخرى.

٤-المشاركة بأعمال أو تقديم بحث أو إلقاء محاضرة.

٥-الاستمتاع بالجانب الترفيهي للمؤتمر ومشاهدة أماكن تاريخية وثقافية جديدة لم يشاهدها من قبل.

ب- من وجهة نظر الفندقين :-

١- تعد مراكز المؤتمرات مصدر دخل كبير للفندق حيث تحصل منه على إيرادات متنوعة نظير الخدمات المتاحة به من خدمة إقامة، خدمة تغذية، خدمة أنشطة ترفيهية.

٢- تتيح للفندقين التنبؤ مقدماً بنسبة الإشغال حيث أن إشغال الغرف من قبل العملاء العاديين يكون غير ثابت أو معروف.

٣- تسهم تلك المؤتمرات في أن ينتعش الفندق اقتصادياً عن طريق تشغيل الفنادق في أوقات الكساد أو الركود.

٤- تمثل رواج للفندق حيث خروج هؤلاء المؤتمرين بانطباع جيد عنه تشجعهم على التردد على الفندق بعد انتهاء المؤتمر.

٥- تكلفة خدمات الطعام بالنسبة للمؤتمرات تكون أقل من غيرها حيث يكون عدد الأطباق المقدمة معروف وبالتالي نسبة الفاقد محدودة وكذلك استخدام خدمة البوفيه تحد من العمالة الزائدة.

وقد وضعت الجمعية الأوروبية لمدن المؤتمرات بعض الاشتراطات للمدن التي ترغب في الانضمام لها وإقامة المؤتمرات بها حيث لابد من وجود قاعات للمؤتمرات وإمكانية تقديم ما يحتاجه المؤتمر في اي وقت من خلال مجموعة من المنشآت والخدمات تصلح أن تقدم في مراكز المؤتمرات وأن تحتوي على فنادق ذات مستوى جيد تقدم

خدماتها لأعضاء المؤتمرات على أن تكون هذه الفنادق بجانب قاعات المؤتمرات، وأن توفر وسائل مواصلات مناسبة ومريحة لتسمح بنقل الأعضاء المشتركين في المؤتمرات وأن تكون في موقع سياحي يسمح لأعضاء المؤتمر بالترفيه عن أنفسهم.

عوامل نجاح المؤتمر :-

لضمان نجاح أي مؤتمر لابد من الأخذ في الاعتبار عدة عوامل تؤدي بدورها لنجاحه وتعمل على منع حدوث أي أخطاء أو ارتباك أثناء انعقاده ويجب توحيد جهود الفندق والمسئولين عن تنظيم المؤتمر لإنجاحه ونوجزها في العرض التالي :-

١) **المسائل القانونية** : من الضروري لإدارة الفندق والمسئولين عن تنظيم المؤتمر دراسة الاعتبارات القانونية بدقة تجنباً لحدوث مشاكل ويتطلب ذلك مناقشة عقود التأمين على المشاركين في المؤتمر في حالة حدوث إصابات لهم بسبب الإهمال وتحديد التعويض عن تلك الإصابات بدقة ودراسة المسئوليات المدنية والشروط التي يغطيها التأمين وكذلك أسعار الغرف، الأغذية والمشروبات، الخدمات الأخرى وايضاً طريقة الدفع.

٢) **خدمة الأغذية والمشروبات** : لابد من تحديد نوعية الطعام والخدمة المقدمة بوقت كاف وذلك للإتفاق على الأسعار وتوفير عدد كافي من عمال الخدمة حيث تحتاج المؤتمرات لخدمة سريعة لأن المؤتمرين يكون لديهم وقت راحة محدود ثم عليهم العودة لتكملة المؤتمر. وتعدد طرق الخدمة فقد تكون خدمة على الطريقة الأمريكية (إعداد وضع الطعام في أطباق وتقديمه في

وقت واحد) وتعتبر هذه الطريقة اقتصادية وسهلة وكثير من الفنادق تقدم الطعام على شكل بوفيه مفتوحة وهذه تكون أكثر تكلفة ولكن أكثر توفيراً في الأيدي العاملة.

عند تقديم خدمة الطعام على شكل بوفيه مفتوحة يجب دراسة إمكانية وضع أكثر من مائدة لنفس صنف الطعام حتى لا يحدث ازدحام عند البدء في تناول الطعام وخاصة إذا كانت فترة تناول الطعام محددة وتبدأ بعدها فعاليات المؤتمر ويتوقف أنواع الطعام المقدمة على عدد المشاركين والمسئولين عن المؤتمر تنويع أصناف الطعام المقدمة.

٣) **قاعات المؤتمر**: يجب على المسئولين عن المؤتمر تحديد كافة النقاط المتعلقة بالقاعات والمتطلبات الضرورية اللازمة للمؤتمر فلابد من تحديد :-

- عدد المقاعد المطلوبة
- ترتيب الكراسي والموائد
- ترتيب موائد المسئولين عن المؤتمر
- الحاجة لترتيب خاص للكراسي والموائد
- حجز كراسي للشخصيات المهمة
- تحديد قوائم الطعام
- استخدام ديكورات معينة
- ترتيب المنصات
- وضع الشاشات المتحركة أو الثابتة
- وضع اللوحات الإرشادية

فيجب اتباع النظام في حالة وصول المؤتمرين وترتيب إجلاسهم في الأماكن المخصصة لهم وخاصة في حالات الزحمة والسيطرة على دخول المؤتمرين إلى القاعات وتخصيص أماكن معينة للمسئولين عن المؤتمر وإجلاسهم في تلك الأماكن المخصصة لهم وضرورة الاتفاق على نوعية البياضات التي تغطي الطاولات وألوانها والأطباق التي يقدم بها الطعام والكاسات والشوك والسكاكين والملاعق.. إلخ. ففي بعض الحالات تكون مفارش الموائد بنفس ألوان شعار المؤتمر والاتفاق على إحضار زهور معينة ووضعها في أماكن خاصة في القاعات وكذلك يجب الاتفاق مسبقاً على إمكانية استخدام الشموع في تقديم الطعام حتى لا يتسبب إحراج أو إزعاج للمؤتمرين، دراسة الأنوار المتوفرة في القاعات وكذلك نظافة الجدران والديكورات الخاصة والمعدات المستعملة.

٤) **برنامج المؤتمر** : هو همزة الوصل بين المسئولين عن تنظيم المؤتمر وإدارة قسم المؤتمرات وأيضاً وسيلة هامة لتخطيط وتنفيذ المؤتمر ويحتوي البرنامج على جدول زمني به كل التفاصيل والمواعيد والترتيبات الخاصة بالمؤتمر حيث يضم مكان وموعد بدء المؤتمر، مكان انعقاد المؤتمر (القاعة) ووقت البدء في تنظيم القاعة، ووقت البدء في تنظيف وترتيب القاعة بعد انتهاء المؤتمر، الوقت الذي يتم فتح أبواب القاعات للمؤتمرين، اسم الشركة المنظمة للمؤتمر، وأسماء موظفي الشركة المنظمة للمؤتمر الذين يكونوا على اتصال مع إدارة قسم المؤتمرات بالفندق، العدد المتوقع للمؤتمرين، عدد الحضور الفعلي، متطلبات تنظيم وترتيب القاعة ومكان وضع اللوحات

الإرشادية الدالة على المؤتمر، المعدات المطلوبة (فيديو – شاشات عرض ....)، عدد قوائم الطعام وأنواعها، طرق الخدمة، موعد تقديم المشروبات، ويجب إعداد نسخ للبرنامج توزع على إدارة قسم المؤتمر بالفندق، المسئولين عن المؤتمر، المطبخ، المحاضرين، الفنيين.

أهمية إعداد برنامج عمل للمؤتمر :-

١. معرفة وقت بدء وانتهاء المؤتمر وبالتالي إتاحة الفرص لإدارة الفندق إجراء حجز للقاعات أو الغرف في غير الوقت المحدد للمؤتمر.
٢. تأكيد روح العمل الجماعي وتجنب الأحداث الغير متوقعة وبالتالي إرباك المؤتمر.
٣. تنظيم مواعيد النشاطات أو الفعاليات أو المحاضرات بدقة فلا يحدث تداخل بينها.
٤. تعطي فرصة لاختيار الأجهزة والمعدات السمعية والبصرية قبل استخدامها تبعاً للبرنامج الموضوع.
٥. تمد الفنيين بالتعليمات اللازمة عن الإضاءة، الموسيقى، الصوت، الصورة.........إلخ.
٦. توفر التعليمات لطاقم الخدمة عن قائمة الطعام، طريقة الخدمة، ...... إلخ

أنواع المؤتمرات :-

توجد أنواع متعددة للمؤتمرات مما دعى إلى وضع أسس لتصنيفها:-

١-على أساس طبيعة أعضاء المؤتمر
٢-على أساس الهدف من إقامة المؤتمر

٣-على أساس حجم الإنفاق

أولاً: على أساس طبيعة أعضاء المؤتمر

مؤتمرات دولية
على مستوى أكثر من دولة
مثل
المؤتمر العالمي للتكنولوجيا

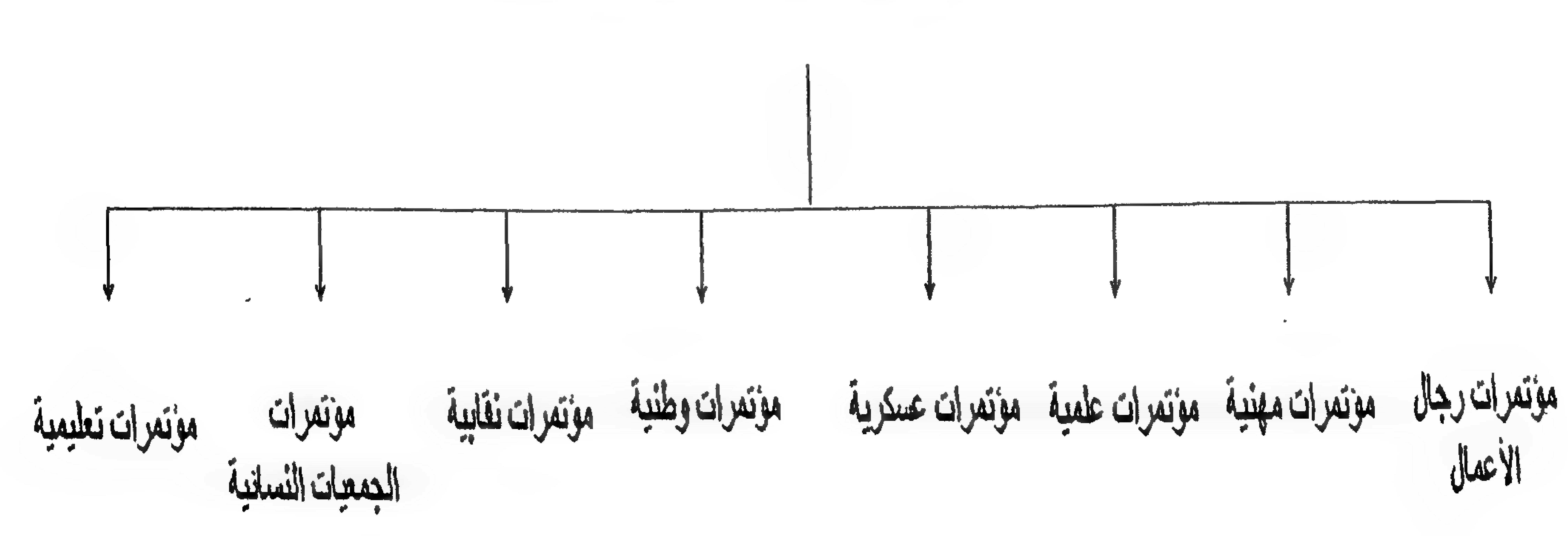
مؤتمرات إقليمية
على مستوى إقليمي
مثل
مؤتمر وزراء خارجية الدول العربية

مؤتمرات محلية
على مستوى الدولة
مثل
- مؤتمر الاسكندرية مدينة الحضارات
- الابعاد التاريخية والثقافية والاثرية والسياسية

ثانياً : على أساس الهدف من إقامة المؤتمر :ـ



ثالثاً : على اساس حجم الإنفاق



١) **مؤتمرات رجال الأعمال :-**

تعتبر من أكبر المؤتمرات إنفاقاً حيث أن معظم رجال الأعمال من ذوي الدخول الكبيرة بالإضافة إلى أن الراعي الرسمي لتلك المؤتمرات شركات تجارية كبيرة ذات قدرة عالية على الإنفاق.

٢) **مؤتمرات مهنية :-**

تجمع هذه المؤتمرات إصحاب المهن الواحدة مثل الأطباء والمهندسين والمحامين وتتشابه قدرتهم في الإنفاق مع النوع السابق.

٣) **المؤتمرات العلمية :-**

تعقد لغرض الأبحاث العلمية في التخصصات المختلفة التي تخدم العلم وتدعم البحث العلمي وتعتبر أقل إنفاقاً من الأنواع السابقة.

٤) **المؤتمرات العسكرية :-**

إقامة المعارض لعرض المعدات العسكرية وأحدث ما وصل إليه في مجال التجهيزات والمعدات العسكرية فحجم الإنفاق عليها يكون ذو مستوى جيد.

٥) **المؤتمرات الوطنية :-**

تعقد على مستوى الدولة في مجالات متنوعة كالأدب، والراعي لهذه المؤتمرات يكون ذات فئات محدودة على الإنفاق.

٦) **المؤتمرات النقابية :-**

تشرف عليها النقابات وتتحمل مسئولية الإنفاق على المؤتمر ويكون الإنفاق فيها محدود.

٧) مؤتمرات الجمعيات النسائية :-

تعقد في الغالب لأغراض اجتماعية أو لدعم الأعمال الخيرية وتمتاز بأنها ذات طابع إنفاق محدود.

٨) مؤتمرات تعليمية :-

تضم المعلمين والأساتذة في مراحل التعليم المختلفة وتمتاز بأنها أقل أنواع المؤتمرات إنفاقاً.

سياحة المؤتمرات في محافظة الإسكندرية :-

تعتبر سياحة المؤتمرات من أهم أنواع السياحة الثقافية، ويهدف هذا النوع من السياحة إلى الترغيب في المعرفة وتوسيع دائرة المعلومات الثقافية والحضارية لحضارة مصر الثقافية خاصة بعد بناء الصرح الثقافي العلمي مكتبة الإسكندرية الذي اكتملت به منظومة العلم والتنوير بالإسكندرية، حيث لم يستطع الزمن محو ذاكرة المصريين في الحلم بإعادة بناء هذا الصرح الكبير، ولتصبح الإسكندرية بإعادة هذا الحلم نافذة لمصر على العالم ونافذة للعالم على مصر كما أن سياحة المؤتمرات التي تشمل كافة المؤتمرات الدولية والمحلية سواء كانت مؤتمرات علمية أو ثقافية أو سياسية أو طبية أو سياحية او رياضية كل هذه النوعية من المؤتمرات إنما تؤدي إلى مزيد من الجذب السياحي للمدينة في وجود تسهيلات ووجود خدمات اساسية لعقد مثل هذا النوع من المؤتمرات كقاعات المؤتمرات المتعددة بما تشمله من إدارة وتنظيم وترجمة وإعلان، كما يمثل نشاط رجال الأعمال وحضورهم لتلك المؤتمرات نشاط فعال لحركة السياحة الوافدة حيث يمثل هذا النوع تسهيل لإتمام الصفقات التجارية علاوة على الإقامة والانتقالات. وتعد الإسكندرية

حالياً ملتقى هام للمؤتمرات السياسية والعلمية والطبية والثقافية وكذا المنتديات الاقتصادية وهو ما يدعم السياحة الثقافية بالمدينة.

وفى العرض التالى نماذج بعض المؤتمرات التى عقدت بمكتبة الإسكندرية:-

- المؤتمر العالمي للتكنولوجيا العالمية ٠
- المؤتمر الدولي الأول للطب الحرج "لدول البحر المتوسط" بينالي الإسكندرية الدولي
- مؤتمر "المدينة في الأزمات".
- مؤتمر الاتحاد الدولي للجامعات.
- مؤتمر عن محمد على باشا
- معرض توجو مزراحي
- معرض عن احتفالية يوم الخط العربي
- مؤتمر الأكاديمية العالمية للعلماء الشباب من البلدان العربية
- المؤتمر السادس عشر للأكاديمية العلمية للعالم النامي
- معرض الكاتب العالمي هاتر كريستان اندرسون
- مؤتمر بمناسبة مرور ١٠٠ عام على وفاة الشيخ محمد عبده

الفصل الرابع

الحفلات

الحفلات

مع تطور العصر وزيادة العلاقات الاجتماعية وعدد المدعوين أصبح من الأفضل إقامة الحفل في أحد الفنادق وأصبحت تلك الفنادق تخصص قاعات لإقامة مثل هذه الحفلات وتختلف طبيعة العمل بها عن باقي أقسام الفندق حيث تحتاج إلى ترتيب وتجهيز خاص وعلى عمالة مدربة ماهرة حتى يخرج الحفل بالمستوى الجيد المرضي وللحفلات أنواعاً متعددة تختلف فيما بينها تبعاً لطريقة الخدمة ونوع الأغذية والمشروبات التي تقدم بها وعدد الحاضرين ووقت إقامتها.

أنواع الحفلات :-

١. حفلات الزفاف والخطوبة.
٢. حفلات رأس السنة.
٣. حفلة البوفيه.
٤. حفلات الاستقبال.
٥. حفلات التكريم.
٦. حفلات الشاي
٧. حفلات الغذاء والعشاء
٨. حفلات عروض الأزياء
٩. حفلات المهرجانات.

١- حفلات الزفاف والخطوبة :-

يكون الاتفاق على إقامتها بأحد طريقتين :-

أ- Package يكون لعدد ١٠٠ فرد بسعر محدد ثابت (قابل للزيادة في حالة تغيير البرنامج أو قائمة الطعام) ويشمل تحديد زمن

الحفل بعدد ٣ ساعات شاملة الزفة، تحديد الأغذية والمشروبات المقدمة.

- غرفة ليلة أو ليلتين (في حالة الزفاف)
- تورتة العروس محددة بعدد أدوار معين.
- كوشة العروس.
- إيجار القاعة.
- الزفة.
- الفرقة الموسيقية.
- تصوير الفيديو.
- تصوير فوتوغرافي (٣٦ صورة)

ب- اتفاق Per pax أي بسعر الفرد الذي يتحدد تبعاً لقائمة الطعام المختارة حيث يقدم الفندق عرض خاص لقوائم الطعام والمشروبات فقط ويترك للعميل حرية اختيار الكوشة والفرقة وبرنامج الحفل.

٢- حفلات رأس السنة :-

تختلف حفلات رأس السنة عن باقي الحفلات في أن لها خصائص محددة تميزها عن غيرها حيث تقام حفلات رأس السنة وسط المدينة وتقدم المأكولات على طريقة خدمة الأطباق الجاهزة من المطبخ ويكون الطبق الرئيسي هو الديك الرومي ويصاحب تقديم المأكولات عروض غنائية وموسيقية، يوزع فيها الهدايا التذكارية ويستمر هذا النوع من الحفلات حتى الساعات المبكرة من اليوم التالي.

٣- حفلة البوفيه :-

في هذا النوع من الحفلات يقوم المدعوين بخدمة أنفسهم مع مساعدة بسيطة من قبل طاقم الخدمة الذي ينحصر دوره في مناولة الأطباق والفضيات للمدعوين، تقطيع الطيور أو اللحوم كبيرة الحجم. ويستخدم هذا النوع من الحفلات للأعداد الكبيرة من المدعوين.

أنواع الطعام المقدم في حفلات البوفيه :-

١- المقبلات بكافة أنواعها
٢- الطيور بأنواعها
٣- الأسماك
٤- اللحوم
٥- المعجنات
٦- الفطائر
٧- الحلويات الشرقية (كنافة – بقلاوة...)
٨- الحلويات الغربية (جاتوه – كيك بالفواكه...)
٩- المشروبات وتحدد أنواعها باتفاق سابق

تجهيز حفلات البوفيه :-

١. تجهيز المطبخ للبدء في إعداد الطعام تبعاً لعدد المدعوين ووقت إقامة الحفل.
٢. تجهيز المناضد بما يتناسب مع كمية الطعام الذي يعرض عليها.
٣. تجهيز مكان وضع البوفيه بمستويات ارتفاع مختلفة مع مراعاة المظهر الجمالي والألوان.
٤. متابعة الأطباق أثناء الحفل لملئها باستمرار.
٥. التأكد من ضبط درجة الحرارة للقاعة حتى لا تتلف الأطعمة.

٦. اختيار أصناف طعام سهلة وآمنة.
٧. يتم إعداد مكان مميز في البوفيه لوضع الحلويات والفاكهة بشكل جمالي.
٨. مراجعة فرش القاعة قبل البدء في الخدمة.

٤) حفلات الاستقبال :-

يتم استقبال المدعوين في هذه الحفلات بواسطة الشخص الداعي الذي يقف على مدخل قاعة الحفلات وتعتمد هذه الحفلات على فكرة إتاحة الفرصة للمدعوين بالتنقل بحرية في الصالة المخصصة للحفلة بحيث يكون من السهل التعرف على أكبر قدر ممكن من المدعوين بعضهم ببعض ولا تحتوي قاعة الحفلة على أي نوع من الأثاث عدا طاولات صغيرة لوضع طفايات السجائر والكاسات وعدد قليل من الكراسي ويوجد فقط في أحد أركانها مكان لخدمة المشروبات ويمكن تناول كافة المشروبات فيه ويقدم في تلك النوع من الحفلات السندوتشات واللحوم الساخنة والبيتزا وتستغرق مدة الحفل من ساعة إلى ساعتين وقد يتم توفير فرقة موسيقية.

٥) حفلات التكريم :-

يقام مثل هذا النوع من الحفلات تكريماً للأشخاص بسبب قيامهم بنشاط معين أو مجهود أو عمل يستحق التقدير مثل تكريم شخص لإحالته للمعاش اعترافاً بجهوده وتقديراً له. ويقدم خلال الحفل شهادة تقدير أو هدية أو وسام وتقدم عادة المشروبات كالعصائر الطازجة والمشروبات الغازية وأنواع من الحلويات البسيطة كالكيك والبيتي فور.

٦) **حفلات الشاي :-**

تقام عادة بعيدة عن المواعيد الرسمية للغذاء والعشاء لها أغراض متعددة لإقامتها منها ترقية شخص في عمله لذلك يغلب عليها في كثير من الأحيان الطابع الرسمي و تكون خالية من الأطعمة وتقدم فقط المشروبات الساخنة كالشاي والقهوة مع حلويات كالبيتي فور بأنواعه.

٧) **حفلات الغذاء والعشاء :-**

يحتاج هذا النوع من الحفلات إلى طاقم خدمة على درجة عالية من المهارة والتدريب ويخصص مكان لانتظار المدعوين يقدم به المشروبات لحين اكتمال عددهم والتوجه مع صاحب الدعوة إلى قاعة الطعام وتكون خدمة الطعام في حفلات الغذاء أما على شكل بوفيه مفتوح أو خدمة على الطريقة الأمريكية حيث يقدم مقبلات ثم الطبق الرئيسي مثل الأسماك أو الدجاج ثم طبق الحلو وأغلب الحفلات والمؤتمرات يتم التركيز فيها على حفلات العشاء التي يكون خدمة الطعام بها على هيئة بوفيهات ويتحدد التكلفة للحفل تبعاً لنوع الطعام وجودة الخدمة.

٨) **حفلات عروض الأزياء :-**

- تحتاج عروض الأزياء إلى ترتيب صالة العرض بطريقة معينة بحيث تمكن جميع الحاضرين من متابعة العرض دون صعوبة.
- ويجب أن تكون المنصة بعرض لا يقل عن ١.٧٥ متر – ٢ متر أما الطول فهو حسب مساحة الصالة وعدد الحاضرين، يصاحب العرض عادة وجبات عشاء أو غذاء تبعاً لوقت العرض وبالتالي فإما أن تخصص صالة للعرض وصالة لتناول الطعام أو أن

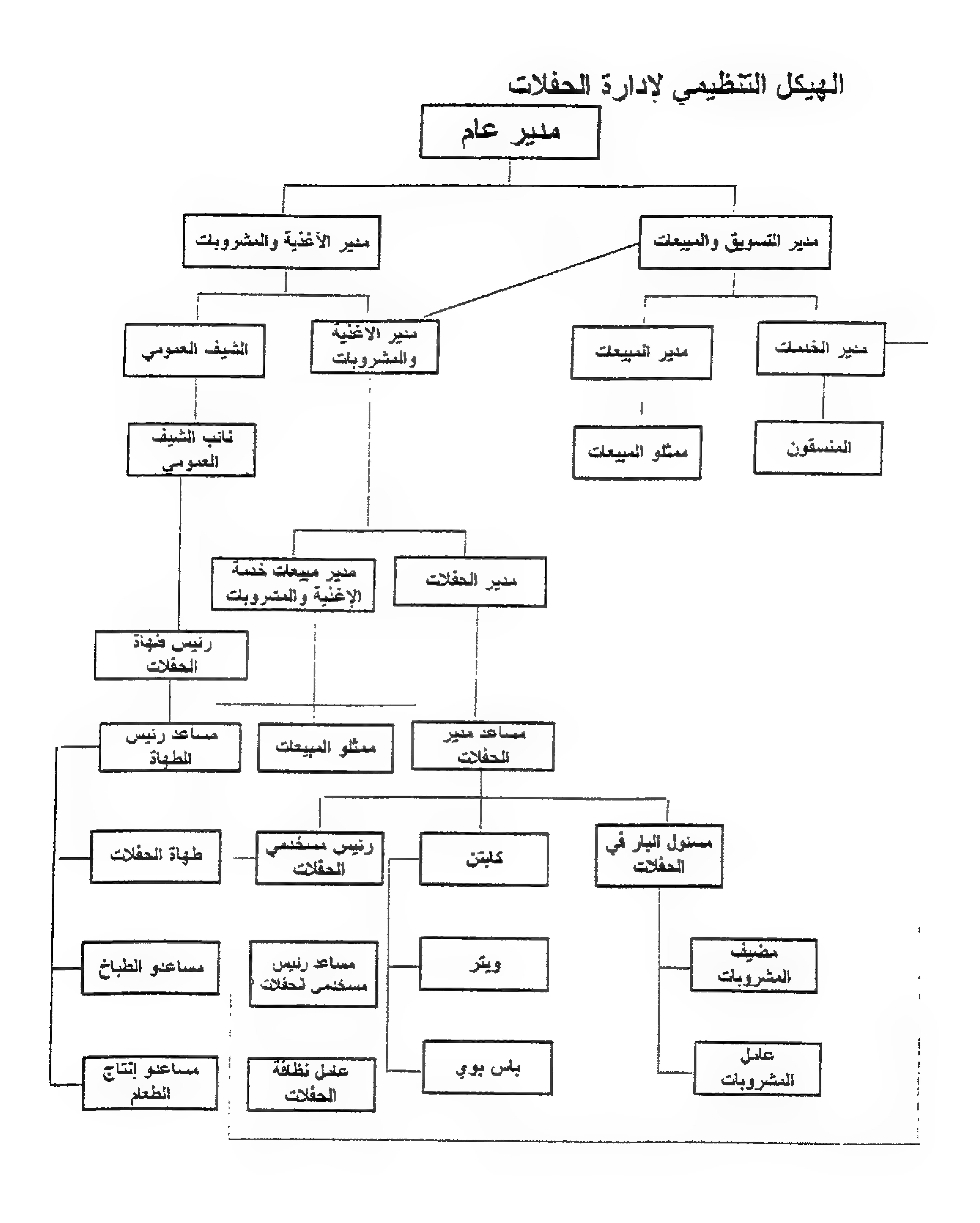
تكون موائد الطعام حول منصة عرض الأزياء وعندئذ يفضل الموائد المستديرة التي تستوعب من ثمانية إلى عشرة أشخاص.

٩) **حفلات المهرجانات :ـ**

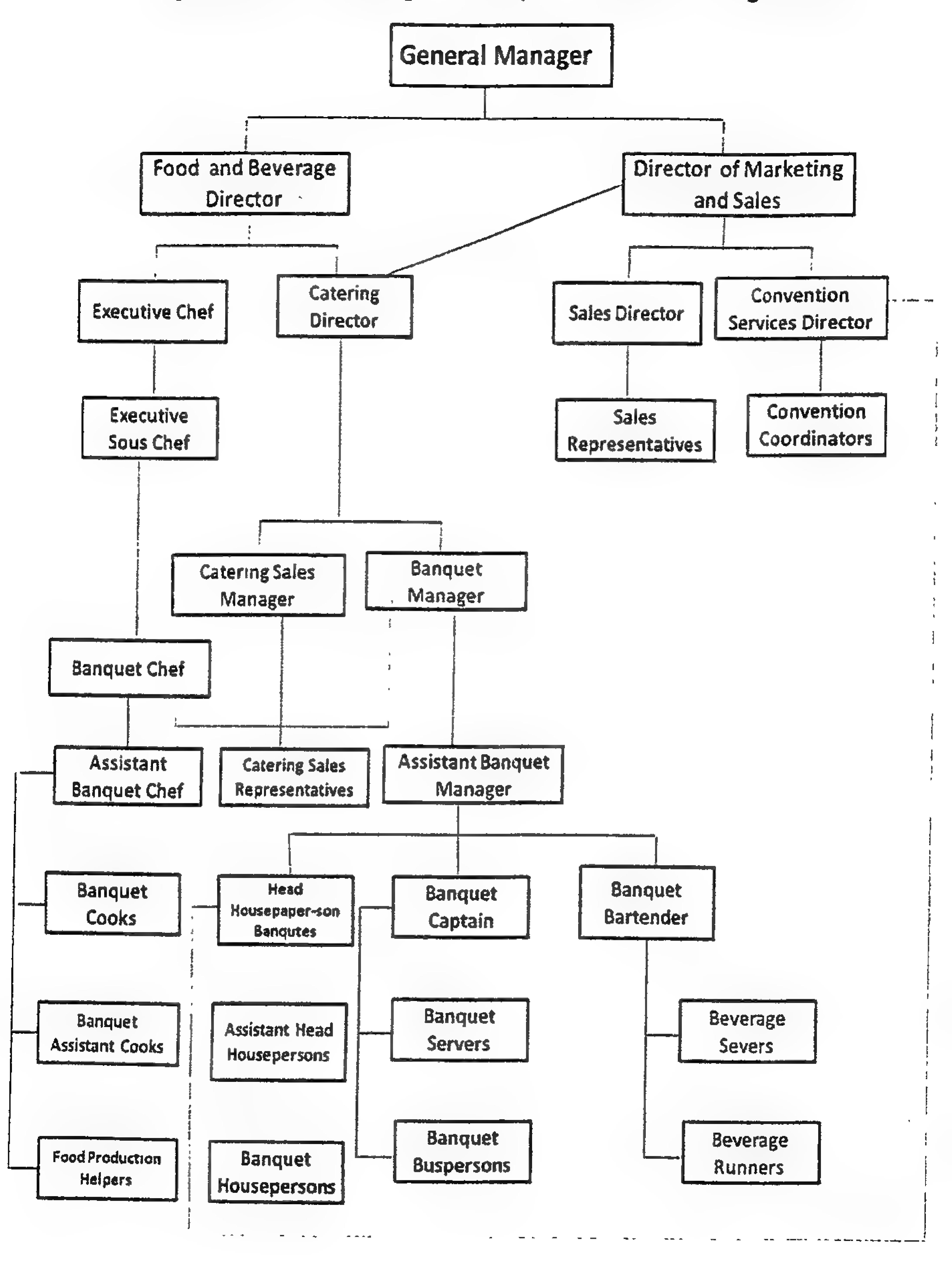
تقام بغرض الترويج للأطعمة المحلية أو العالمية أو للاحتفال بمناسبة عامة مثل مهرجان الربيع أو ترويج المبيعات لمنتج أو سلعة معينة ويقدم خلال المهرجان عروض شيقة ومميزة للمنتجات المعروضة مثل مهرجان دبي للتسوق ويتم تزيين المكان بطريقة جذابة تبهر الحاضرين.

ويوضح التخطيط التالي نموذج لهيكل تنظيمي لإدارة الحفلات لفندق كبير وأيضاً مسئوليات ومهام قسم الحفلات.

الهيكل التنظيمي لإدارة الحفلات

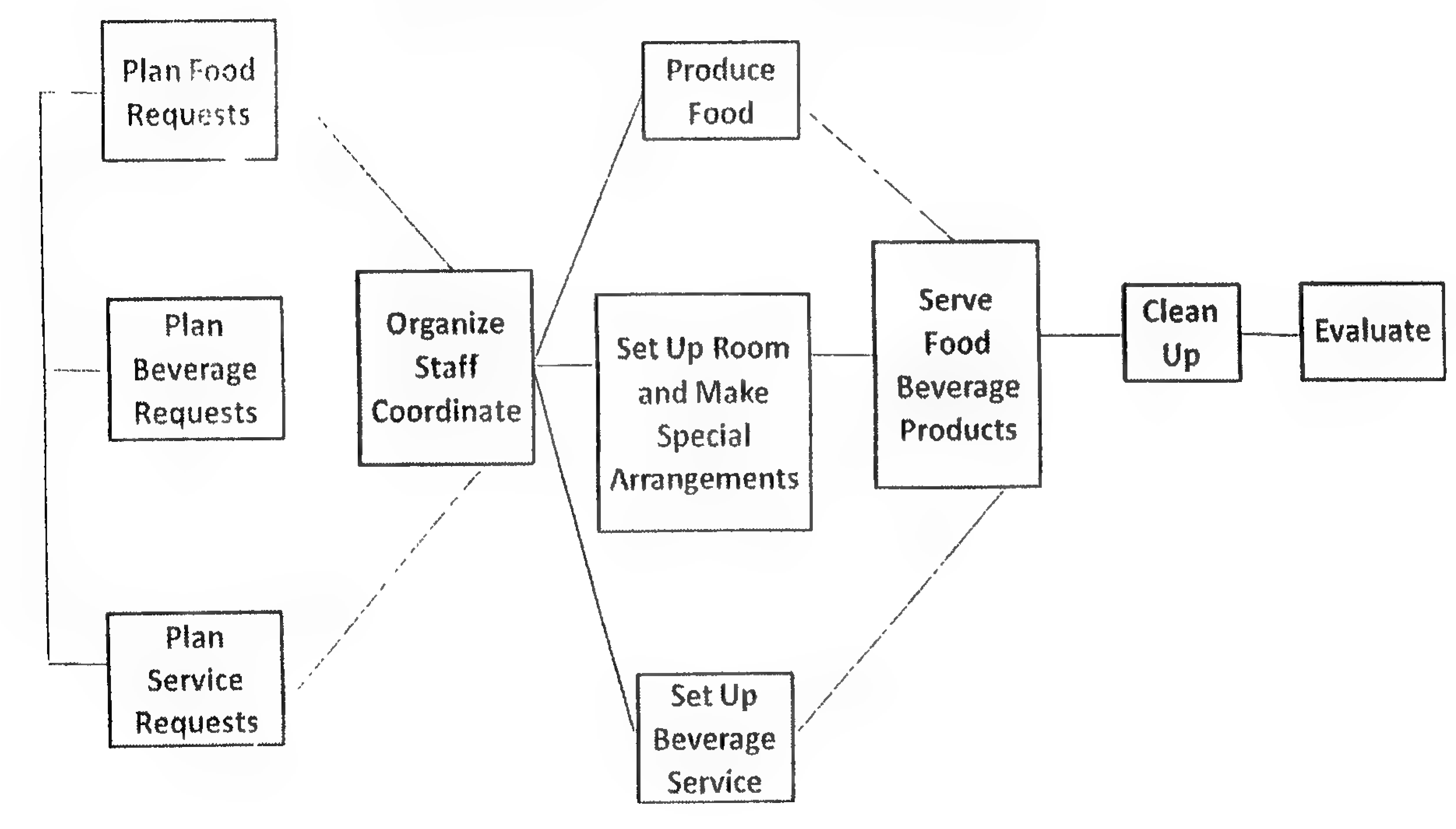


Organization of Catering and Banquet Services in a Large Hotel



مسئوليات قسم الحفلات

BANQUET DUTIES AND RESPONSIBILITIES



وظائف العاملين بقسم الحفلات :-

١- مدير الحفلات :-

مسئول قسم الحفلات ويقوم بمقابلة العملاء والاتفاق معهم على حجز القاعات، ويقوم بكتابة إخطار الحفل بعد تمام التعاقد، ثم يتم تصويره عدة صور لتوزيعها على كل قسم من أقسام الفندق.

✍ **ويمكن إيجاز مسئوليات مدير الحفلات في الآتي :-**

- عمل العقود الخاصة بأي حفل
- عمل دليل يوضح أشكال القاعات ونوعية الخدمة المقدمة حتى يتسنى للعميل معرفة كل شئ عن المكان.
- التأكد من اتباع نظام الأمن والأمان.
- متابعة جرد الأدوات.
- متابعة طلبات الصيانة والتأكد من أن كل التجهيزات لا يوجد بها أي عطل.
- المراجعة على الأطعمة التي على البوفيه من حيث النوعية والكميات.
- في حالة وجود حفل خارجي يجب المتابعة مع مدير الأمن على تسجيل التجهيزات والأدوات التي سوف تخرج من الفندق لمتابعة رجوعها.
- متابعة نظم الإسعافات والحريق والأمان.
- عمل كشوف تنظيم العمالة (حضور وانصراف).
- التأكد من أن جميع العاملين يتبعون النظام (زي نظيف – حذاء نظيف ..إلخ).
- عمل الترتيبات الخاصة بالعمالة المؤقتة.

- عمل جداول العاملين.
- العمل على زيادة المبيعات عن طريق العلاقات العامة مع الشركات بالاتفاق مع إدارة المبيعات.
- عمل قوائم الطعام بالتنسيق مع شيف المطبخ ومدير الأغذية والمشروبات.
- تطوير وتحسين البوفيهات من ديكور وأطعمة.
- متابعة تدريب العاملين على الخدمة وما يخص العمل في الحفلات.
- حث العاملين على العمل في تعاون ونظام وحل مشاكلهم.
- التنسيق مع مراقب الأغذية والمشروبات.
- تجهيز دفتر الحجز.
- تجهيز الموازنة المخططة المقبلة لقسم الحفلات لتقديمها للإدارة.
- معرفة متطلبات القسم لتجهيز كشف بها.
- متابعة عمليات الإحلال والتجديد الخاصة بقسم الحفلات.
- حضور الاجتماع الدوري للأغذية والمشروبات.

❋متر الحفلات :-

- يحل محل مدير الحفلات أثناء غيابه، ويقوم بالمراجعة مع مدير الحفلات على كل التعليمات المطلوبة منه.
- متابعة دفتر الحضور والانصراف.
- التأكد من اتباع نظام الحريق والأمان والإسعافات الأولية.
- متابعة نظافة العاملين الشخصية (زي – نظافة).
- متابعة إعداد العمالة المؤقتة لكل حفل.
- التأكد من أن العمل يسير حسب سياسة الفندق.

- عمل التدريب الخاص بالعاملين.
- تسجيل الحضور والانصراف.
- جرد الأدوات باستمرار.
- حل مشاكل الضيوف.
- تجهيز حساب الضيوف.
- إعداد دفاتر العمالة المؤقتة.
- المراجعة على طلبات الحفلات.
- المتابعة مع شيف المطبخ.
- المراجعة على الأدوات.
- مراجعة طلبات الصيانة.

٢- كابتن الحفلات :-

يحل محل المتر ويقوم بالإشراف على العاملين ونظافتهم ومسئولياته مسئوليات المتر.

٣- ويتر الحفلات :-

المراجعة على

- الأرضيات
- ديكور البوفيه
- الكراسي
- المناضد
- متابعة تعليمات الكابتن التي يعطيها له قبل العمل
- رفع الأدوات المستعملة أولاً بأول
- في حالة وجود أي شكوى من الضيوف يجب إبلاغ رئيسه فوراً

- تقديم الأطعمة والمشروبات للضيوف
- تلبية طلبات منسق الحفل
- وضع وتجهيز الأدوات على الموائد
- التأكد من نظافة الأدوات

أ) مسئوليات العامل أثناء الحفل :-

- متابعة أوامر الويتر
- يساعد الويتر في عمله
- إحضار البياضات
- وضع الأدوات على الموائد
- تلميع الأدوات
- تنظيم الكراسي والمناضد
- عمل مناشف نظيفة
- الطعام الحار يقدم حاراً والطعام البارد يقدم بارداً
- تقديم الطعام في وقت واحد لكل المدعوين ورفع الأطباق المتسخة
- عدم ملامسة أطباق الطعام والكاسات وإنما حملها من الأسفل وارتداء الكفوف البيضاء النظيفة
- رفع الطعام المتبقي من الضيوف ونقله بواسطة العربات إلى خارج القاعة
- تقديم الطعام يكون من الجهة اليمنى
- خدمة الجالسين على رأس الطاولات أولاً في حالات الطاولات المستطيلة أو خدمة ضيوف الشرف أولاً
- خدمة السيدات أولاً

- رفع الكاسات والصحون الفارغة من الجهة اليسرى
- وضع المقبلات على الطاولات قبل البدء بخدمة الأطباق الرئيسية
- تقديم الأطباق الرئيسية بعد رفع صحون المقبلات إلا إذا كانت تعليمات بغير ذلك
- خدمة تقديم الشاي، القهوة والمشروبات الغازية
- تعبئة الكاسات بالمياه
- تنظيف مكتات السجائر عند الحاجة وبصورة مستمرة
- خدمة تقديم الحلويات

ب) مسئوليات العامل بعد انتهاء الحفل :-

- تنظيف الطاولات بواسطة رفع الصحون والكاسات والشوك والسكاكين والملاعق وطفايات السجائر
- رفع بياضات الموائد استعداداً لارسالها للمغسلة
- ترتيب الكراسي حول الموائد
- وضع الممالح والكاسات والطفايات في أماكنها بعد تنظيفها
- تنظيف جميع عربات نقل الطعام
- رفع جميع الشموع إن وجدت على الموائد
- تنفيذ أي تعليمات أخرى تطلب منه

٥- مسئوليات مشرف القاعة بعد انتهاء الحفل:-

- الإشراف على عمال الخدمة
- جمع مكبرات الصوت والأسلاك .. إلخ ووضعها في المكان المخصص لها
- جمع الأجهزة والمعدات المستعملة ووضعها في المكان المخصص لها

- تفتيش القاعة جيداً والتأكد من عدم وجود شئ أو فقدان شئ وفي حالة العثور على مفقودات من قبل المدعوين يجب تسليمها لأمن الفندق
- إطفاء الأنوار
- إقفال الأبواب
- كتابة تقرير إلى قسم الصيانة في حالة وجود عطل
- كتابة تقرير إلى مدير القاعة في حالة وجود أي نقص أو شكوى معينة وإعلامه بحالة القاعة
- التأكد من غلق أجهزة التكييف

إجراءات تسهيل خدمة الحفلات :-

١- العمال المؤقتين :-

قد يعتمد الفندق في الحفل على العمال المؤقتين الذي ينحصر دورهم في تنظيم وتنظيف القاعة وتقديم الطعام الغير قابل للتلف مثل الخبز ولتسهيل الخدمة لابد أن يراعى الآتي :-

- الإتفاق المسبق معهم.
- تعريفهم بنوعية الخدمات المطلوبة منهم
- شرح الواجبات والمسئوليات الملقاة على عاتقهم
- اطلاعهم على أماكن القاعات والمطابخ والخدمات الأخرى
- تعيين مشرف ذو خبرة لكل عشرة عمال لمتابعتهم والتأكد من قيامهم بدورهم.

٢- ترتيب وتنظيف القاعات

يتم ترتيب وتنظيف القاعات قبل بدء الحفل بوقت كافي وتوجد عدة قواعد وأسس يجب الالتزام بها لتسهيل تلك الخدمة :-

- ترتيب الممرات، السجاد
- ترتيب موائد الطعام
- تنظيم الكراسي والمقاعد
- ترتيب الموائد لوضع البوفيه
- وضع البياضات على الموائد وطفايات السجائر والمناديل الورقية
- وضع الشمعدانات والزهور
- وضع ارقام الموائد في حالة الضرورة .
- اختبار الميكروفونات والسماعات وكاميرات الفيديو
- اختبار الإضاءة والكشف عن التوصيلات الكهربائية.

وقبل فتح القاعة يجب على مدير قسم الحفلات أو مساعده التأكد من أنه تم إنجاز المهام المطلوبة

ويجب التأكد عند حجز قاعة الحفلات تناسب مساحة القاعة مع عدد المدعوين حيث أن القاعة الكبيرة تحتاج لمجهود في الترتيب والتنظيف وبالتالي إلى عمالة كثيرة وخاصة وإذا كان عدد المدعوين صغير لا يتناسب مع تلك المساحة وبالتالي يصبح عبء على الفندق ويشكل خسارة له في استغلال تلك المساحة الكبيرة لعدد صغير من المدعوين.

٣- تجهيز الطعام :-

يحتاج تجهيز الطعام إلى ما يلي :-

أ- السرعة في خدمة الأطعمة وسحب الأدوات المستخدمة

ب- التنسيق التام مع المطبخ بحيث تقدم الأطعمة لجميع المدعوين في آن واحد

ج- تحتاج الاستعانة بالأيدي العاملة من خارج قسم الحفلات أو من خارج الفندق او المطعم.

لتسهيل إجراءات إعداد وتجهيز الطعام يتم ترتيب مطبخ الحفلات بشكل انسيابي لسهولة العمل وتقليل المعدات والأيدي العاملة، فمثلاً العامل الأول يضع المقبلات في الصحن ويسلمه إلى طاولة الصلصات والذي يضع به بعض الصلصات ثم يناوله إلى طاولة الخضروات ثم إلى طاولة اللحوم ثم يتم تسليم الطبق جاهزاً وتقديمه إلى المدعوين.

وفي هذه الحالة يمكن استخدام عدد قليل من العمالة لتحضير وجبات لعدد كبير من المدعوين ويجب أن يكون المطبخ قرب قاعة الحفل لتسهيل نقل الطعام من منطقة الخدمة إلى القاعة ويستخدم فيه أجهزة لغرض تسخين الطعام ويحتوي على ثلاجات لغرض حفظ السلطات والمقبلات الباردة، وكذلك ماكينات تحضير القهوة والشاي والعصائر... وكذلك ماكينة غسل أطباق وذلك لإمكانية تقديم قوائم طعام متنوعة بنوعية جيدة وبأقل تكلفة من العمالة.

الفصل الخامس

الأثاث والتجهيزات المستخدمة في قاعات المؤتمرات والحفلات

الأثاث والتجهيزات المستخدمة في قاعات المؤتمرات والحفلات

تحتاج قاعات الحفلات والمؤتمرات إلى خدمة خاصة لضمان الأداء المتميز الذي يظهر لها السمعة الطيبة بجانب المظهر الحسن للقاعات من أثاث وتجهيزات حديثة تتلاءم مع العصر، فتتنافس وتتسابق في الابتكار واستخدام التكنولوجيا الحديثة في قاعات الحفلات والمؤتمرات لتزويدها بأحسن وأفضل الأنواع ونظراً لتعدد وتنوع الاستخدامات لقاعات الحفلات والمؤتمرات فإن ذلك يتطلب أن تكون الصالة ذات مسطح كبير يقل أو ينعدم فيه تواجد الأعمدة حتى يساعد ذلك على تحقيق الاستفادة القصوى وإمكانية رص وفرش الموائد بصور مختلفة وكذلك استيعاب عدد المدعوين لها وسهولة الخدمة عند تقديم الأغذية أو المشروبات سواء للخدمة الأمريكية أو للخدمة الإنجليزية أو خدمة بوفيهات وبالتالي فلابد من توافر مواصفات معينة في قاعات الحفلات والمؤتمرات.

❖ **مواصفات قاعات الحفلات والمؤتمرات :-**

١. أن تكون القاعات ذات مسطح يقل أو ينعدم فيه تواجد الأعمدة حتى لا يعوق الرؤية للمدعوين.
٢. تناسب مساحة القاعات مع الطاقة الاستيعابية للفندق.
٣. مراعاة توزيع الإضاءة سواء مباشرة أو غير مباشرة والتأكد من سلامة كافة التوصيلات الكهربائية للقاعة.
٤. تزويد القاعات بعوازل للصوت لضمان عدم خروج الصوت لخارج القاعات وحدوث إزعاج لنزلاء الفندق.

٥. يراعى سهولة الوصول إلى القاعة حيث يفضل أن تكون قريبة من مدخل الفندق.

٦. إجراء الكشف الدوري على أجهزة التكييف داخل القاعات واستخدامها بشكل مناسب يعمل على راحة المدعوين.

٧. توافر مكان لحفظ الأثاث يكون بجانب القاعات وذلك لسهولة تخزين ونقل الأثاث.

٨. يفضل أن يكون المطبخ بجانب القاعة وذلك لسهولة الخدمة.

٩. يخصص بالقاعة مكان واسع لعرض البوفيهات في حالة استخدام هذا النوع من الخدمة.

❖ **تجهيز قاعات الحفلات والمؤتمرات :-**

١-ضبط أجهزة التكييف على درجة حرارة مناسبة قبل بدء الحفل أو المؤتمر بوقت كاف.

٢-استخدام الإضاءة المناسبة وتوزيعها بشكل جيد.

٣-رص الموائد والمقاعد بما يتلاءم مع طريقة الخدمة.

٤-استخدام العمالة المدربة وتوزيع المهام وتحديد المسئوليات بما يضمن حسن الأداء.

٥-تجهيز المعدات السمعية والبصرية واختيارها قبل الحفل أو المؤتمر لضمان عدم حدوث أي ارتباك أثناء استخدامها.

٦-إعداد وتجهيز الطعام تبعاً للعدد المطلوب وقائمة الطعام المجهزة.

٧-مراعاة الجانب الجمالي والديكور المناسب لما له من إعطاء انطباع جيد للمؤتمرين أو المدعوين.

❖ **الأثاث والتجهيزات المستخدمة في قاعات الحفلات والمؤتمرات :-**

يجب تحري الدقة عند اختيار أثاث القاعات خاصة أنه يمكن استخدامه أكثر من مرة في اليوم الواحد فلابد أن تتوافر فيه صفات معينة تتمشى مع سرعة تغييره ويتلاءم مع متطلبات الحفل أو المؤتمر من حيث النوع والحجم وكذلك يضمن راحة وأمان الضيف وعدم إجهاد العاملين عند نقله وتوزيعه داخل القاعات.

أولاً: الأثاث المستخدم في قاعات الحفلات والمؤتمرات :-

١) المقاعد

٢) المناضد

❖ مواصفات المقاعد :-

١-تتوافر فيها المتانة وقوة الاحتمال.

٢-أن تكون من أنواع الخشب الجيد أو المعدن القوي الخفيف.

٣-سهولة حمل المقاعد وسهولة نقلها.

٤-يفضل أن تكون ذات نمط وشكل موحد.

٥-تشغل حيز صغير أثناء التخزين.

٦-بساطة التصميم مع المحافظة على الشكل الجمالي للمقعد.

٧-يفضل أن يكون ارتفاع المقعد ٤٥سم من الأرض.

٨-نوع القماش المستخدم في تغطية المقعد من النوع الجيد ويمتاز بجمال المظهر والألوان التي تناسب ديكور القاعة.

❖ مواصفات المناضد :-

١. خفيفة الوزن لسهولة النقل

٢. إمكانية التخزين في أقل مساحة ممكنة

٣. أن تكون من النوع سهل الثني والتركيب

٤. ذات اشكال متعددة لإمكانية استخدامها لأكثر من غرض

❖ أشكال المناضد :-

١-الشكل المستطيل

٢-الشكل المستدير

٣-الشكل البيضاوي

٤-الشكل نصف دائرة

٥-الشكل المربع

٦-الشكل ربع دائرة

❖ مميزات المناضد تبعاً لأشكالها :-

١)**المناضد المستديرة** : تساعد في سهولة أداء الخدمة وتصلح لتجميع الأصدقاء والأقارب لسهولة الحديث بين الجالسين وتوفر ممرات تؤدي لسهولة حركة الضيوف وطاقم الخدمة.

٢)**المناضد المربعة والمستطيلة** : تصلح لفرش البوفيهات وفي المعارض لإبراز المنتجات.

ثانياً: التجهيزات المستخدمة في قاعات الحفلات والمؤتمرات :-

١) المنابر والمنصات

٢) المعدات السمعية والبصرية

❖ استخدامات المنابر والمنصات :-

١-تستخدم في عروض الأزياء

٢-إبراز المائدة الرئيسية عن باقي الموائد

٣-تميز المتحدث أو المحاضر بارتفاع خاص

٤-تجميل عرض المأكولات في خدمة البوفيهات وذلك بإظهارها بمستويات مختلفة الارتفاع.

٥-وضع الكوشة في حفلات الزفاف أو الخطوبة

٦-إقامة مكان للعازفين في مستوى مرتفع عن الحضور

٧-استخدام مسرح أمام الحاضرين

❖ المعدات السمعية والبصرية :-

١-ميكروفونات سلكية تعمل بأسلاك ووصلات كهربائية أو لاسلكية تعمل ذاتياً دون أسلاك تعوق المحاضر عن الحركة، مثبتة في قميص أو كرافت أو جاكت المتحدث أثناء إلقاء حديثه

٢-أجهزة ترجمة فورية من لغة إلى أخرى لخطاب أو حديث أثناء إلقاءه وفيها يتوقف المتحدث خلال حديثه لإعطاء الفرصة للترجمة

٣-جهاز فاكس لإرسال الرسائل المكتوبة والخطابات

٤-أجهزة إيضاحية كشاشات الحائط

٥-أجهزة عرض (تليفزيونات - أجهزة تسجيل - أفلام ١٦سم) لعرض الأفكار بصورة سهلة ومبسطة

٦-كشافات ضوئية متحركة وثابتة مختلفة الأشكال والألوان لجذب الانتباه والتركيز

❖ طرق ترتيب القاعات :-

كيفية ترتيب القاعات يلعب دور أساسي في نجاح أو فشل الحفل أو المؤتمر فطريقة ترتيب الموائد داخل القاعات تختلف حسب الأحوال وليست لها قاعدة ثابتة فيتوقف طريقة الترتيب على :-

١. شكل القاعة

٢. عدد الضيوف

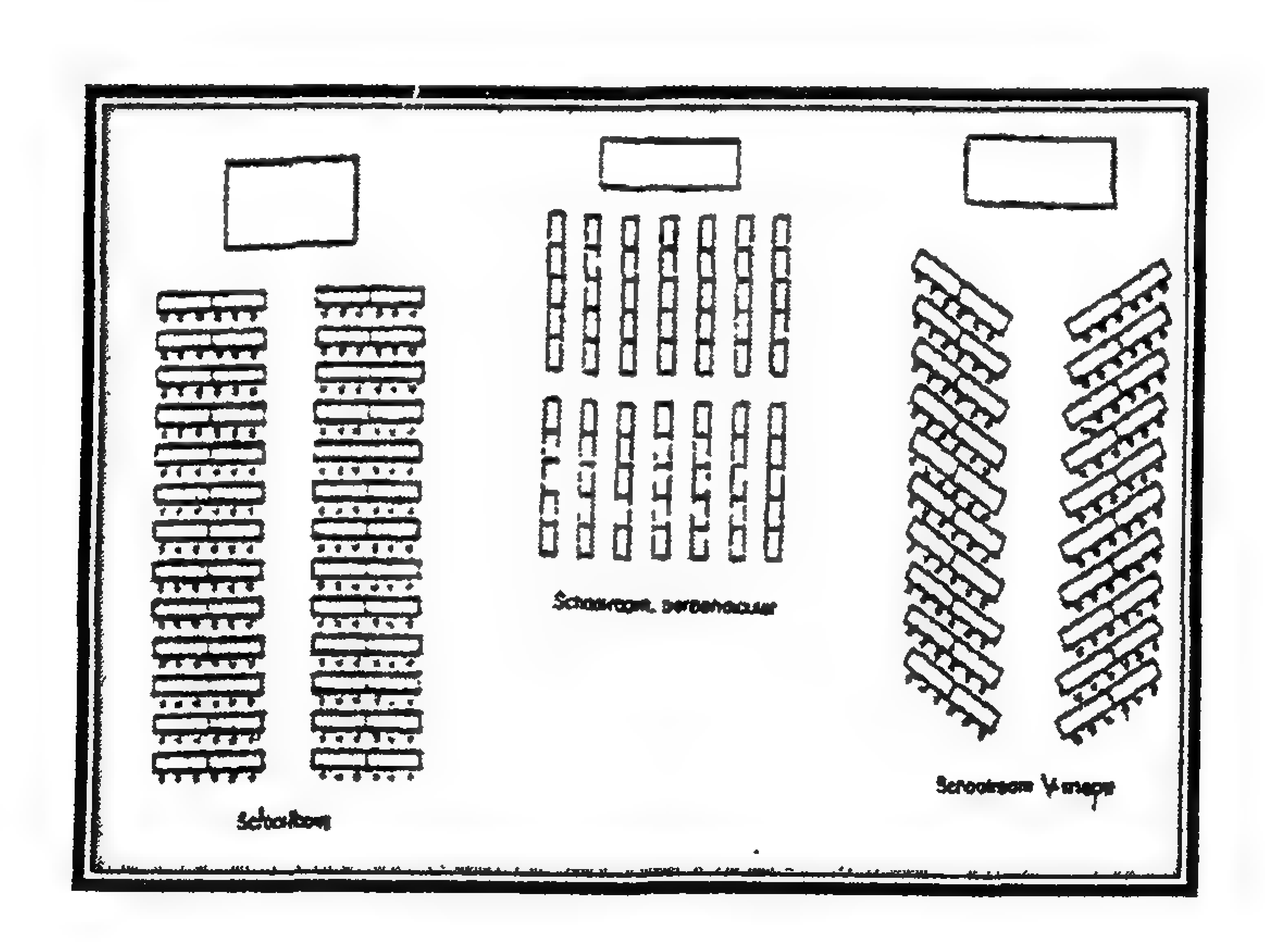
٣. نوع الحفل أو المؤتمر

٤. رغبة صاحب الحفل نفسه أو منظم المؤتمر

☜ **ولكل ترتيب إيجابيات وسلبيات ومن ضمن هذه الترتيبات:-**

❖ الترتيب على هيئة قاعة دراسية :-

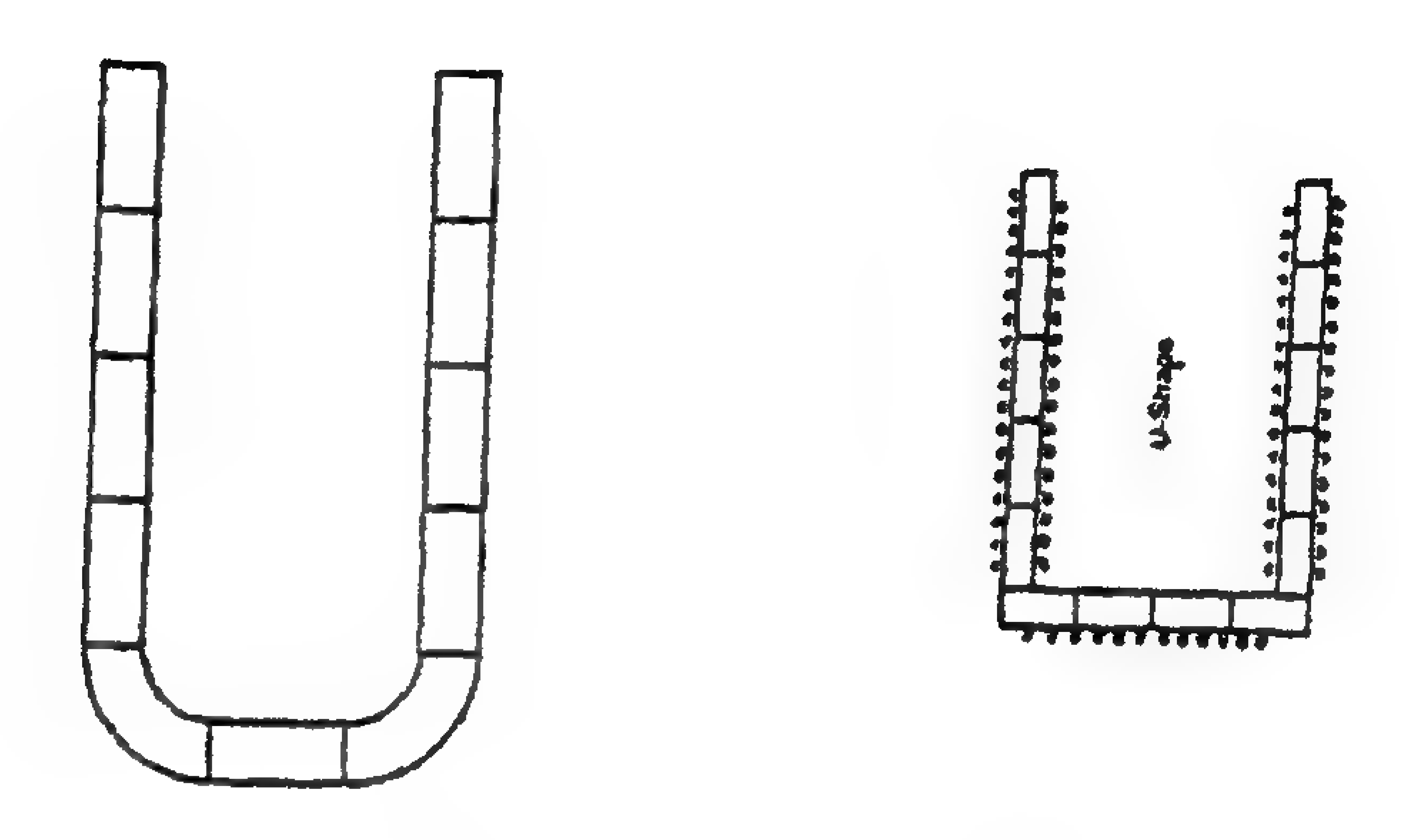
يتطلب مساحات كبيرة من القاعات ولذلك يفضل مع الأعداد الكبيرة ويجب ترك مساحة ٦ أقدام بين المتحدث والصف الأول و٨ قدم بين الجدار الخلفي وآخر صف من الكراسي وتكون الممرات بعرض ٦ قدم في حالة عدد المشاركين ٢٠٠ مدعو.



الترتيب على شكل قاعة دراسية

❖ الترتيب على شكل حرف U :-

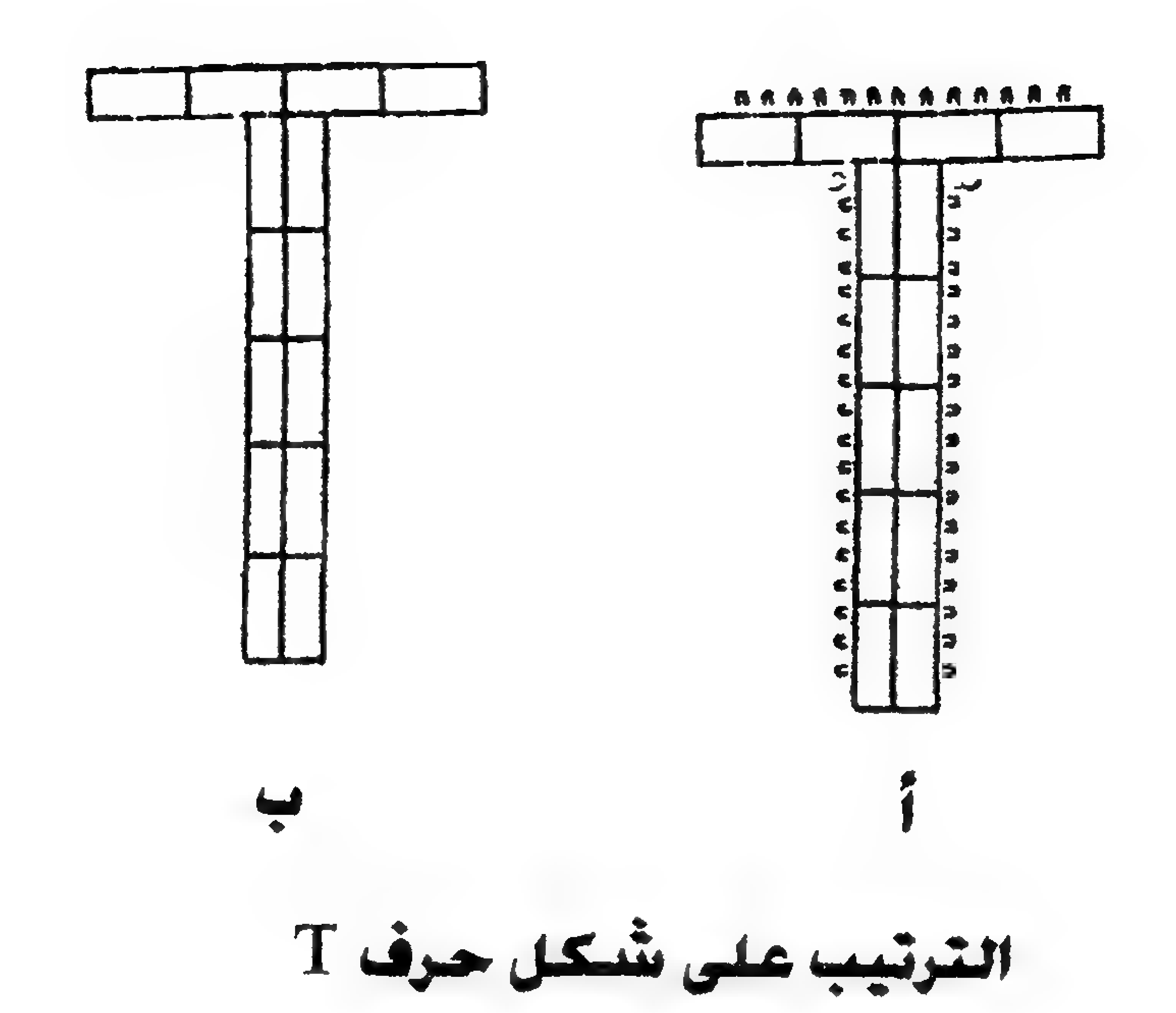
يوفر هذا الترتيب مشاهدة وسماع الآخرين ويفضل أن تترك المساحات المواجهة للمائدة الرئيسية خالية بدون مقاعد.



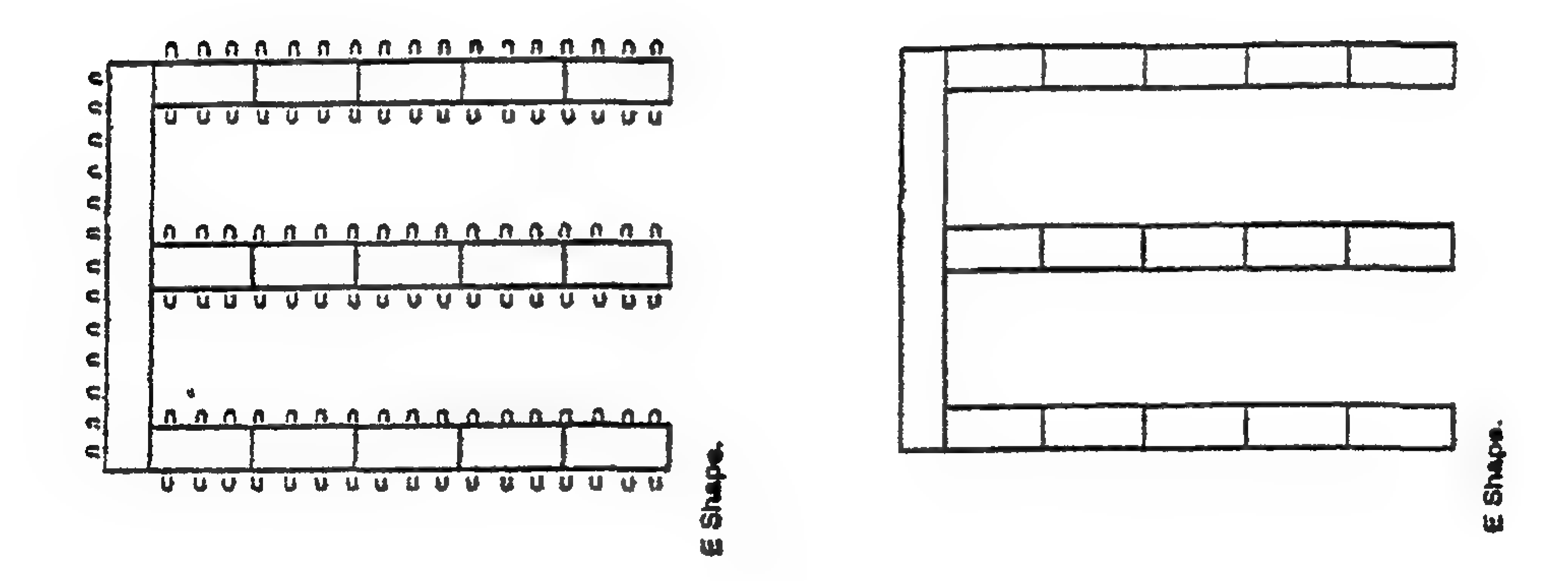
الترتيب على شكل حرف U

❖ الترتيب على شكل حرف T أو حرف E :-

هذا الترتيب عبارة عن طاولة رئيسية بعرض ٧٥سم يتوسطها عمودياً عدد من المناضد ترص طولياً لتعطي شكل حرف T ومن عيوبها أن المائدة الرئيسية تضايق الجالسين في بعض الأحيان لذا يفضل عدم تزويد الضلعين اب ، جـ د بأية مقاعد. وأحياناً تشكل الموائد على شكل حرف E



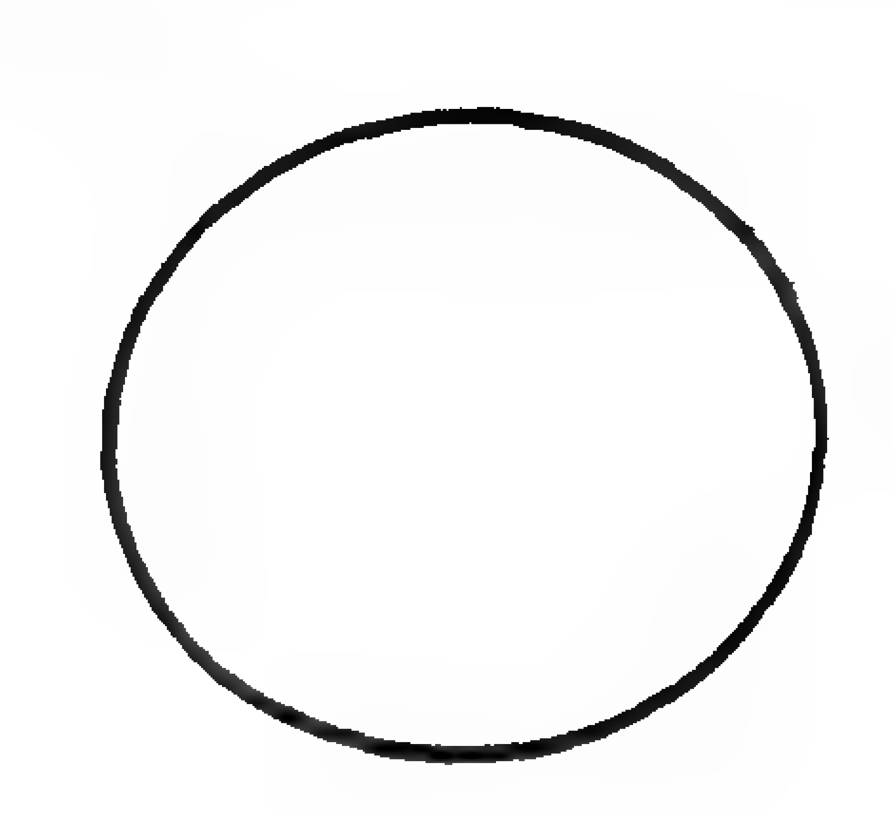
الترتيب على شكل حرف T



الترتيب على شكل حرف E

❖ **الترتيب على شكل دائري :-**

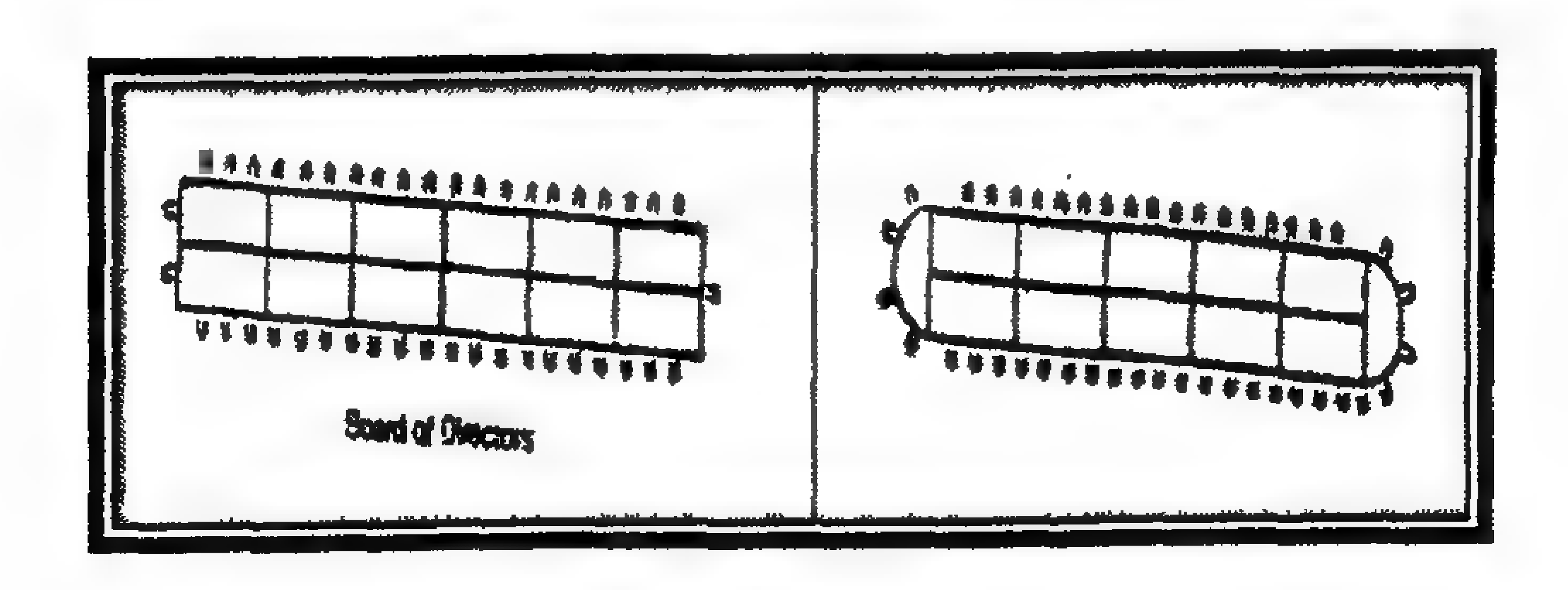
تستعمل موائد مستديرة تسع من ١٠ ـ ١٥ فرد وتمتاز بترك فراغات فيما بينها تسهل الحركة للضيوف وكذلك طاقم الخدمة وتستخدم هذا النوع بكثرة في الحفلات وفي الاجتماعات ذات الأعداد الصغيرة.



الترتيب الدائري

❖ **ترتيب مجلس الإدارة :-**

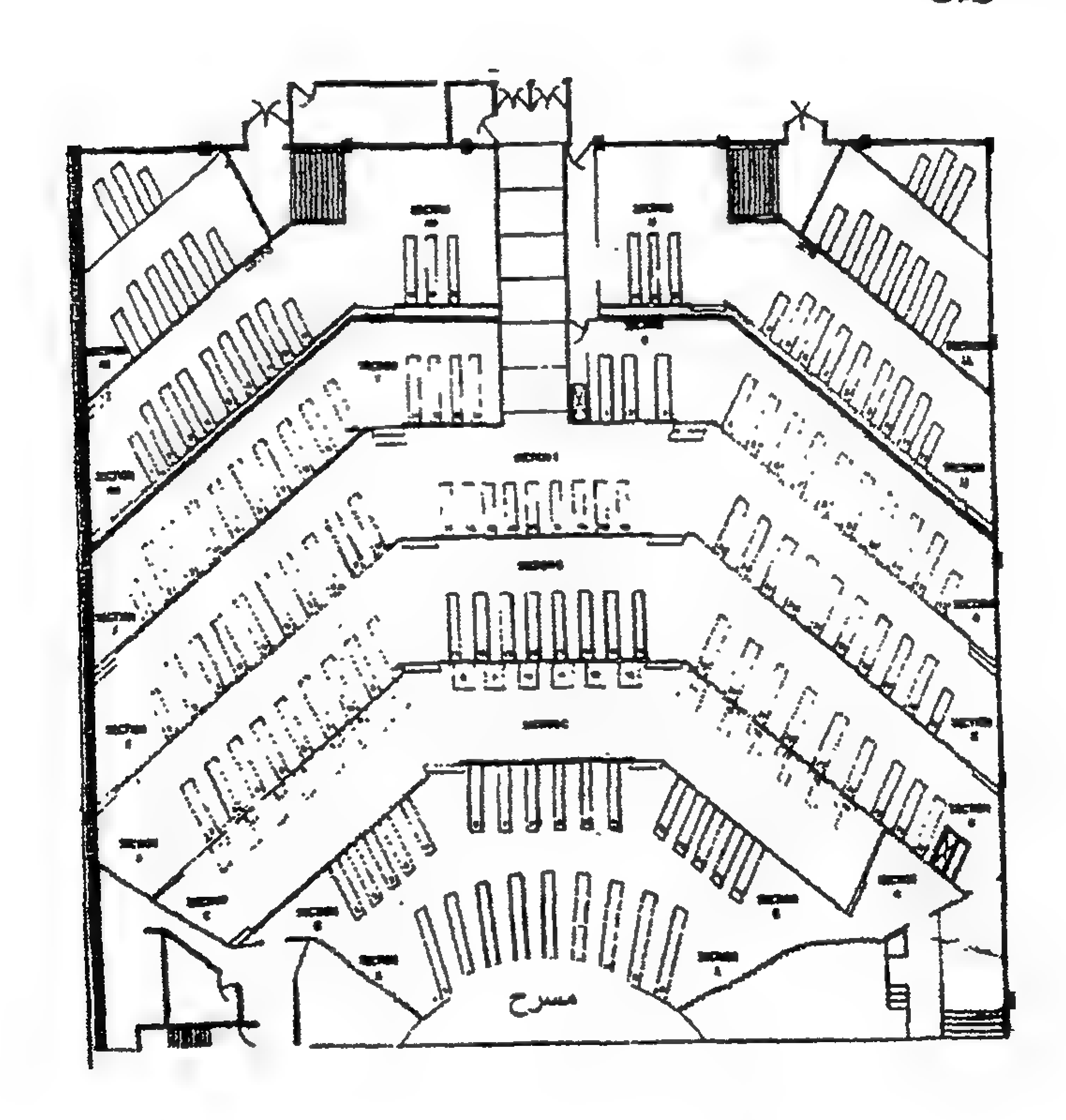
وهذا الترتيب عبارة عن مائدة مستطيلة أو بيضاوية ترص حولها المقاعد عرضها متراً واحداً إذا زاد طولها عن ٨ أمتار أما إذا الطول أقل من ذلك فيكون العرض ٨٠سم ويجلس على رأس المائدة رئيس المجلس وتستخدم في الإعداد الصغيرة ويسهل في هذا النوع من الموائد الرؤية والتواصل بين الأعضاء.



ترتيب مجلس الإدارة

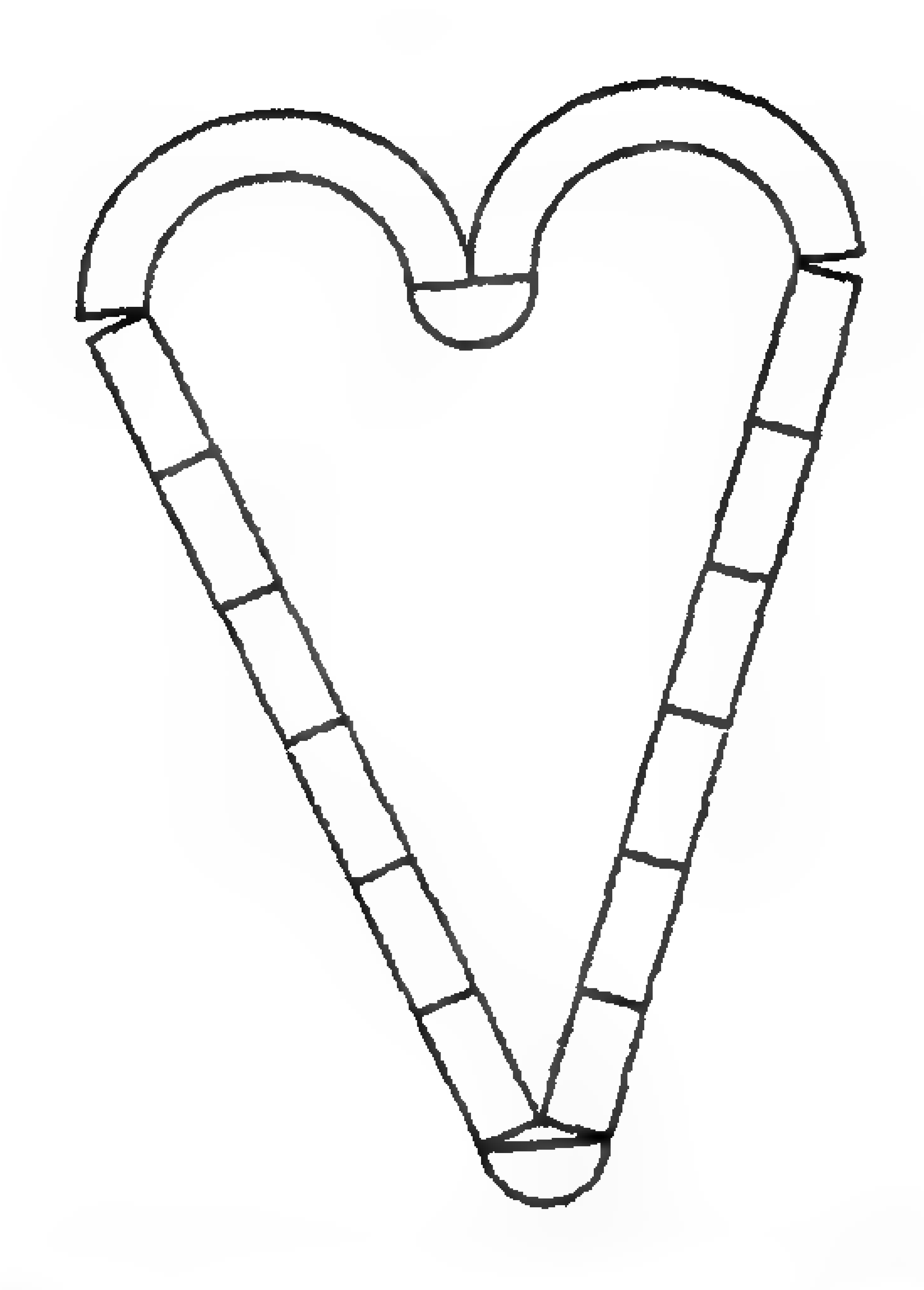
❖ **الترتيب على شكل مسرح :-**

يستخدم هذا الترتيب للمجموعات الكبيرة التي تتكون عادة من أكثر من ٢٠٠ فرد حيث يتيح هذا الترتيب استيعاب عدد كبير من الحاضرين ويفضل جلوس الحاضرين على مقاعد ذات مساند حتى يتمكن المؤتمرين من تسجيل ملاحظتهم ويقف فيها المتحدث أو المحاضر على منصة مرتفعة كما في المسرح حتى يراه كل الحاضرين.

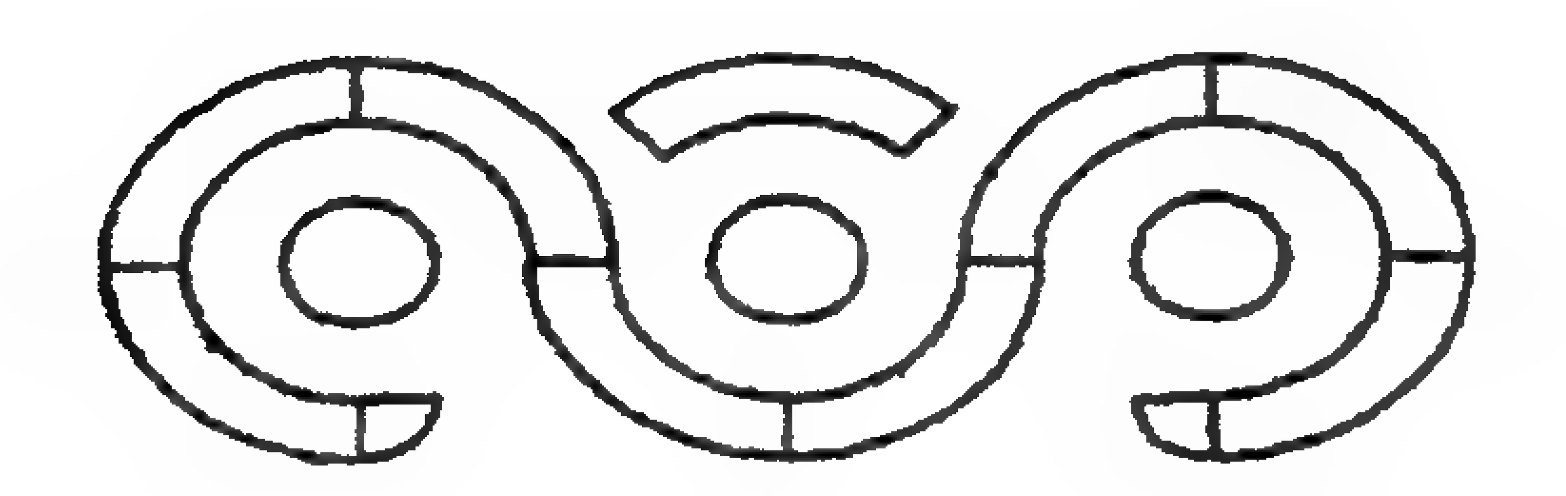


الترتيب على شكل مسرح

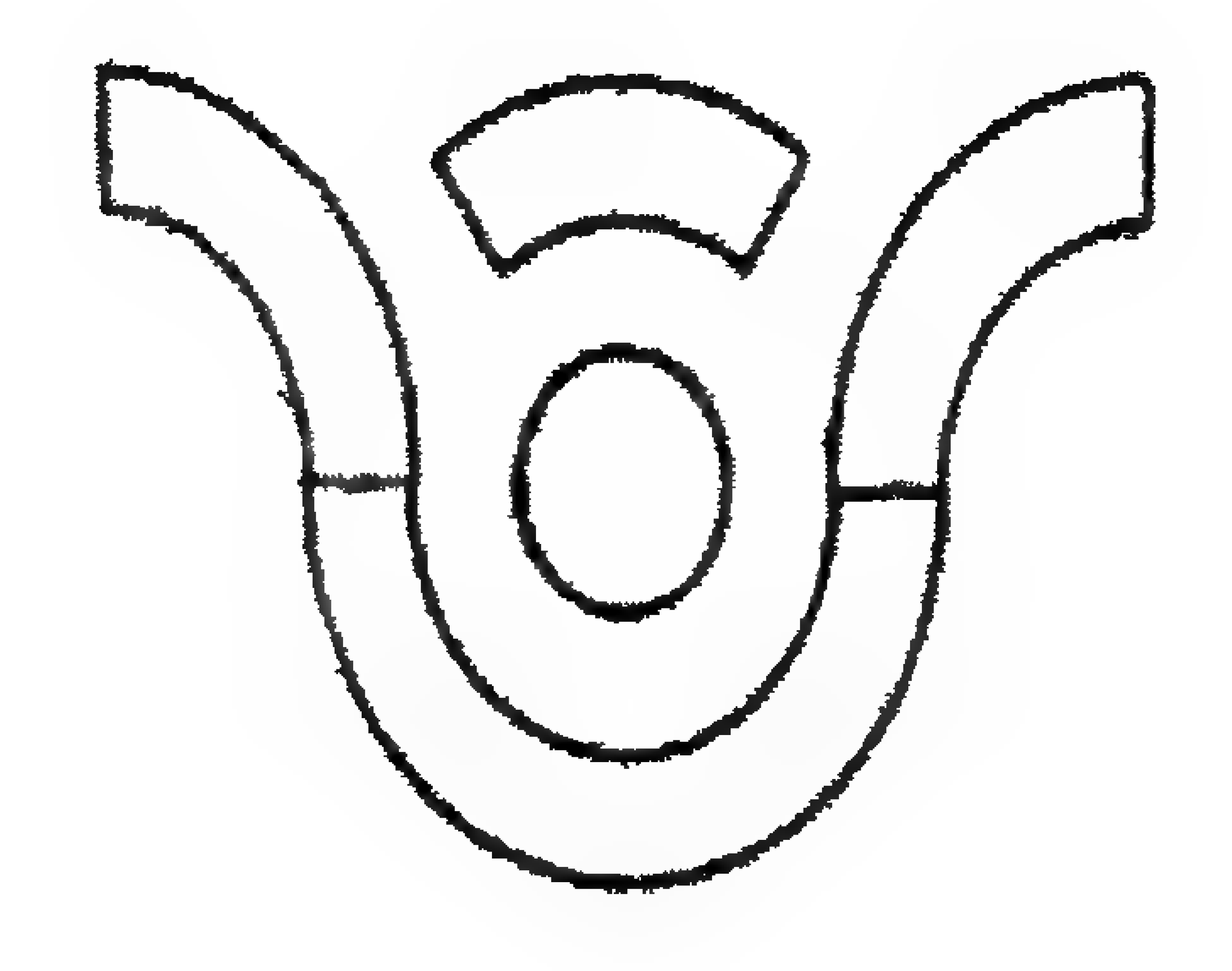
طرق مختلفة لترتيب قاعات المؤتمرات



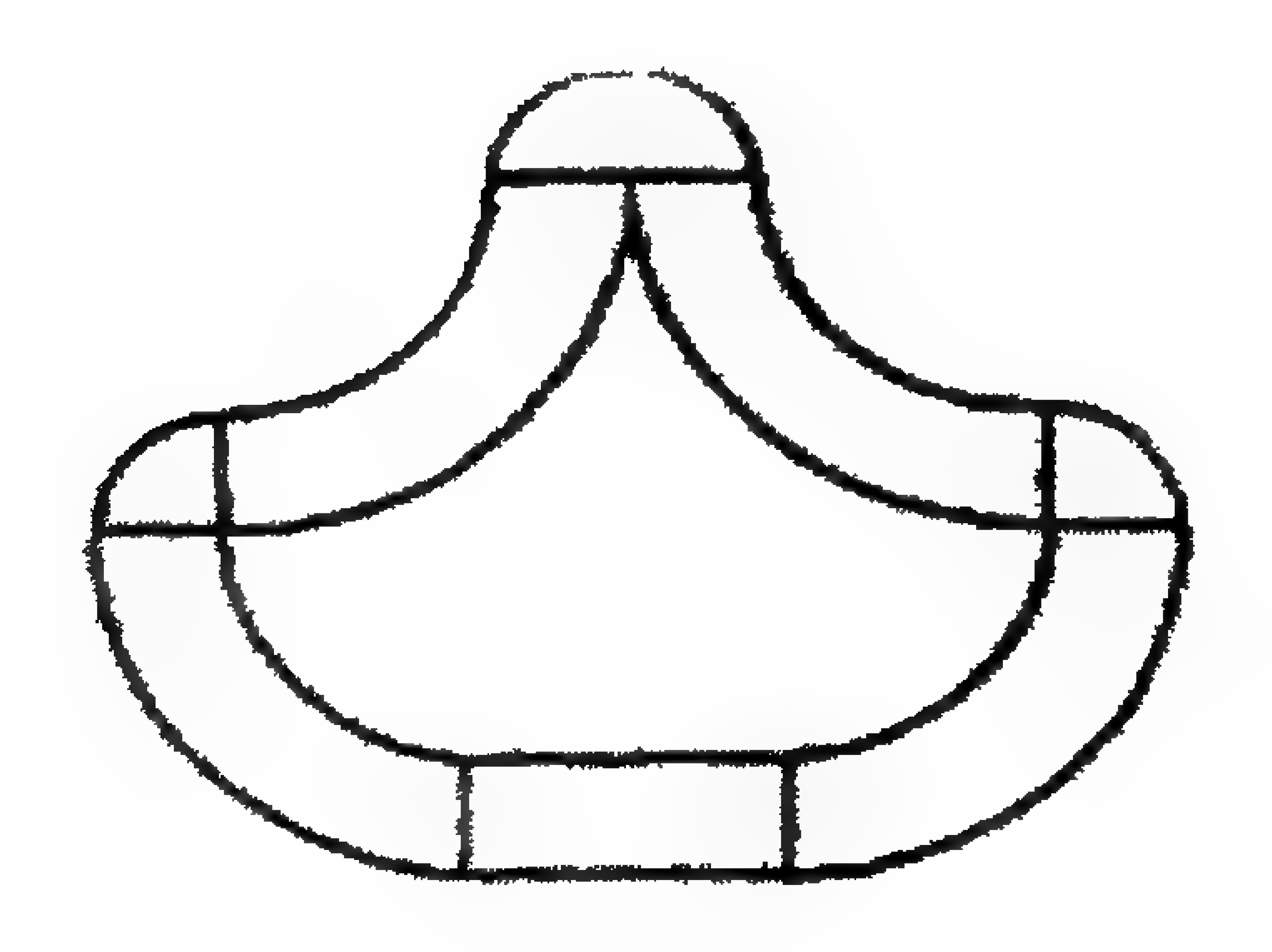
الترتيب على شكل قلب



الترتيب على شكل متعرج



الترتيب على شكل قلادة



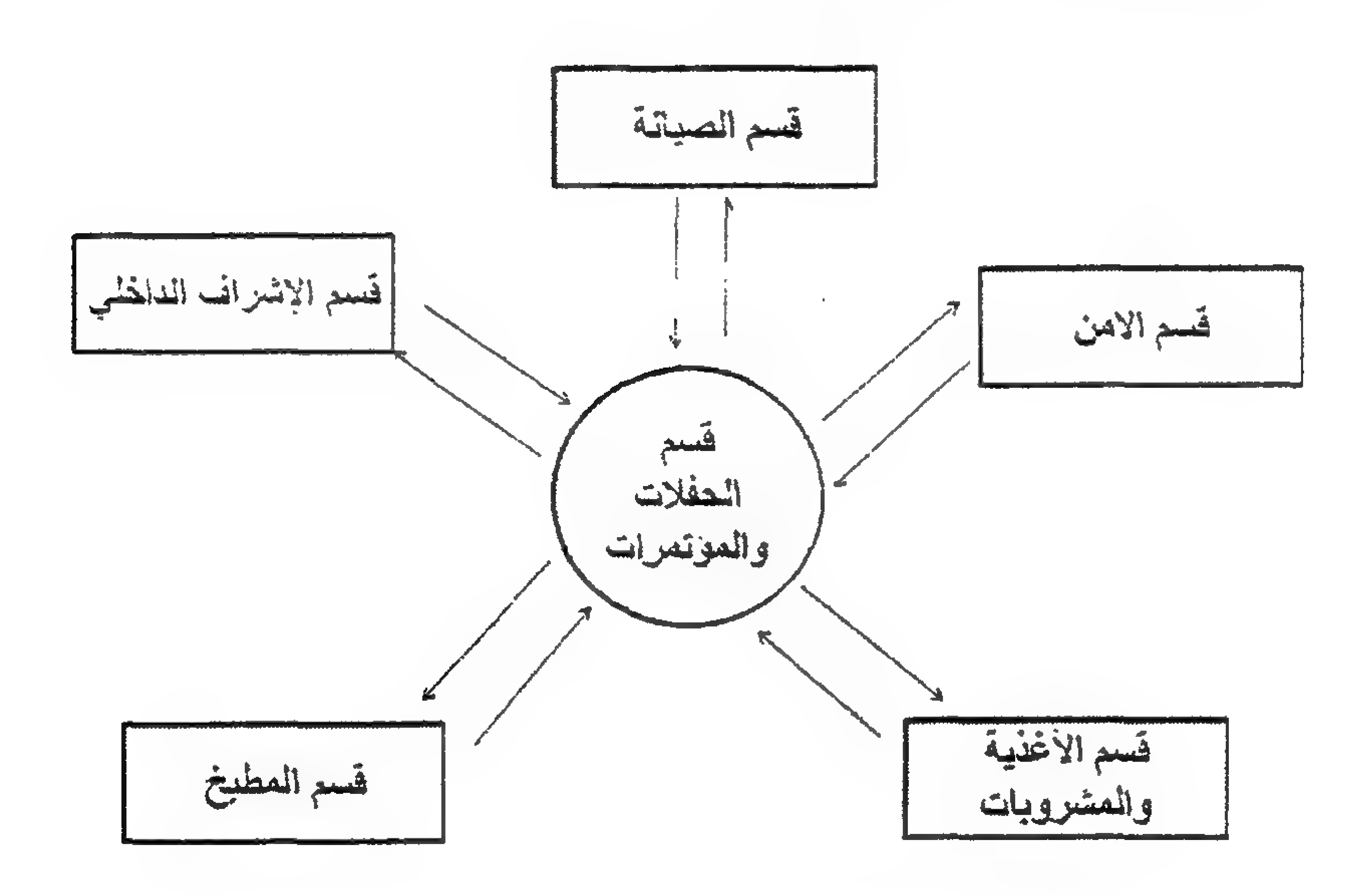
الترتيب على شكل جرس

الفصل السادس

علاقة قسم المؤتمرات والحفلات بالأقسام الأخرى بالفندق

علاقة قسم الحفلات والمؤتمرات بالأقسام الأخرى بالفندق

تتعدد الأقسام بالمنشأة الفندقية تبعاً لمسئوليتها والدور الذي تقوم به ولابد من وجود علاقة تعاون وتكامل بين تلك الأقسام والإدارات لضمان نجاح الفندق وتحقيقه لأهدافه وزيادة ربحيته. ولإقامة حفل أو تنظيم مؤتمر لابد من وجود علاقة إيجابية بين قسم الحفلات أو المؤتمرات والأقسام الأخرى.



علاقة قسم الحفلات والمؤتمرات بالأقسام الأخرى

أولاً: قسم الإشراف الداخلي :-

يتوقف زيادة إيرادات الفندق على مستوى الأداء في هذا القسم ومدى نجاحه فهو المسئول عن عمليات النظافة التي تتم داخل

المنشأة الفندقية لذلك فهو على علاقة وثيقة بقسم الحفلات والمؤتمرات حيث يقع على عاتقه مهمة نظافة القاعات حتى تظهر بالمظهر المناسب الذي لا يسبب الإزعاج للمدعوين أو المؤتمرين ويتلخص عمله في الآتي :-

١-نظافة أرضية القاعات.

٢-التوجه إلى مخزن البياضات لاستلام البياضات النظيفة وتسليم البياضات الغير نظيفة.

٣-تنظيف الموائد والكراسي.

٤-تزويد دورات المياه بما يلزمها من أدوات نظافة (صابون – مناديل ورقية ....).

٥-تحديد أي إصلاحات أو صيانة مطلوبة والإبلاغ عنها ليقوم قسم الصيانة بتغيير التالف أو إصلاح العطب.

٦-تنسيق الزهور داخل القاعات بشكل جمالي.

٧-إجراء تنظيف وكي لمفارش الموائد.

لتقديم أفضل خدمة ممكنة لابد من إبلاغ قسم الإشراف الداخلي بميعاد الحفل أو المؤتمر وذلك لفتح القاعات وإجراء أعمال النظافة واتخاذ الترتيبات اللازمة.

ثانياً: قسم الأغذية والمشروبات :-

يعتبر من الأقسام ذات الأهمية البالغة فهو المسئول عن خدمة العملاء الذي يستخدمون مرافق الفندق المختلفة المختصة بتقديم الأغذية والمشروبات مثل المطاعم بأنواعها وقاعات الحفلات والمؤتمرات والملهى الليلي والكافيتريات ويقع عليه عبء تنشيط وزيادة المبيعات ومما لاشك فيه أن قسم الحفلات والمؤتمرات يقع

على كاهله نفس العبء لذلك كان التعاون أمر حتمي بين القسمين والعلاقة بينهم ضرورية فمهمة قسم الأغذية والمشروبات أثناء الحفل :-

١-اختيار الخامات الغذائية وشرائها ومراقبة جودتها.
٢-مهارة العاملين في إعداد الأطعمة التي تقدم في الحفلات والمؤتمرات.
٣-تصميم قوائم أغذية ومشروبات متنوعة بما هو متاح من خامات غذائية.
٤-التنسيق مع قسم المطبخ لإعداد وتجهيز قوائم الأغذية والمشروبات.
٥-تقديم مستوى خدمة جيد للعملاء.

أهمية قسم الأغذية والمشروبات للحفلات والمؤتمرات :-

١)زيادة حجم المبيعات.
٢)زيادة سعر الأطعمة في الحفلات والمؤتمرات عن المطعم حيث يرجع هذا الفرق كمقابل لتكلفة تجهيز مكان الحفل والمؤتمر ولوجود عدد كبير من المدعوين وبالتالي زيادة ربحية الفندق.
٣)انخفاض تكلفة إعداد الطعام في الحفلات والمؤتمرات لارتفاع عدد المدعوين الذين يتناولون نفس قائمة الطعام.
٤)ارتفاع الربح من المشروبات لارتفاع أسعارها.
٥)انخفاض تكلفة العمالة في الحفلات والمؤتمرات حيث انها تكون في الغالب عمالة مؤقتة بعكس العمالة في المطاعم تكون عمالة منتظمة ومستديمة حتى في فترات الكساد.

ثالثاً: قسم المطبخ :-

هو المكان الذي يتم فيه إعداد وتجهيز الأطعمة لتخرج في صورتها النهائية وتقدم في الحفل أو المؤتمر لذا يتم الاجتماع بين مدير الحفل أو منظم المؤتمر لعرض قائمة الأطعمة المطلوبة تبعاً لرغبة العميل وذلك لتوفير الخامات الغذائية اللازمة لتجهيزها في الوقت المناسب لبدء الحفل أو المؤتمر حيث يبدأ رئيس المطبخ في :-

١-تحضير قائمة المشتريات المطلوبة.

٢-مراقبة الأطعمة القادمة من المخزن.

٣-تجهيز الأدوات المستخدمة في تحضير الأطعمة.

٤-إعداد العمالة اللازمة وتوزيع المهام عليهم.

رابعاً: قسم الصيانة :-

يتولى قسم الصيانة مسئولية صيانة جميع الإنشاءات الفنية بالفندق حيث يشمل عمل القسم أعمال الكهرباء والفندقة والتبريد والسباكة وصيانة المبنى في الفنادق الصغيرة يقوم بإدارة قسم الصيانة ورئيس صيانة يعاونه بعض الفنيين المتخصصين في فروع الصيانة المختلفة وفي الفنادق الكبيرة فيدير القسم مدير صيانة وفي كل فرع من فروع الصيانة يوجد مهندس مختص ومعه مجموعة من الفنيين المهرة ذوي الخبرات الطويلة في أنواع الصيانة المختلفة. وتضم قاعات الحفلات والمؤتمرات مجموعة من الأجهزة المختلفة مثل أجهزة التكيف، المعدات السمعية والبصرية المستخدمة في إلقاء المحاضرات، أجهزة ترجمة فورية، إضاءة، ميكروفونات ومن الضروري إجراء صيانة دورية لتلك الأجهزة حيث أن أي عطل بها قد يؤدي إلى إرباك الحفل أو المؤتمر وبالتالي فشله.

لذلك تتلخص أعمال قسم الصيانة في :-

١-التأكد من سلامة المعدات السمعية والبصرية المستخدمة.

٢-الكشف الدوري على أجهزة التكييف وضمان عملها بكفاءة.

٣-القيام بإصلاح وصيانة أعمال الكهرباء داخل القاعات.

٤-صيانة مصاعد الفندق وضمان عدم تعطلها.

٥- القيام بأعمال النجارة الضرورية للموائد والمقاعد.

٦-إجراء عمليات الطلاء للقاعات بصفة منتظمة.

٧-القيام بأعمال السباكة داخل دورات المياه الخاصة بالقاعات.

٨-التأكد من سلامة كشافات الإضاءة والميكروفونات الخاصة بالقاعة.

خامسا: قسم الأمن :-

لاشك أن الناحية الأمنية للفندق من الأمور الهامة التي لابد أن تؤخذ في الاعتبار خاصة أثناء إقامة حفل أو تنظيم مؤتمر حيث يتواجد عدد كبير من المدعوين أو المؤتمرين قد يفد معظمهم من بلاد أخرى وتوفير الأمن لهم من الأشياء الضرورية التي تحدد نجاح أو فشل الحفل أو المؤتمر

وينبغي على مسئولي قسم الأمن :-

١. تأمين المدعوين أو المؤتمرين ضد مخاطر السرقة.

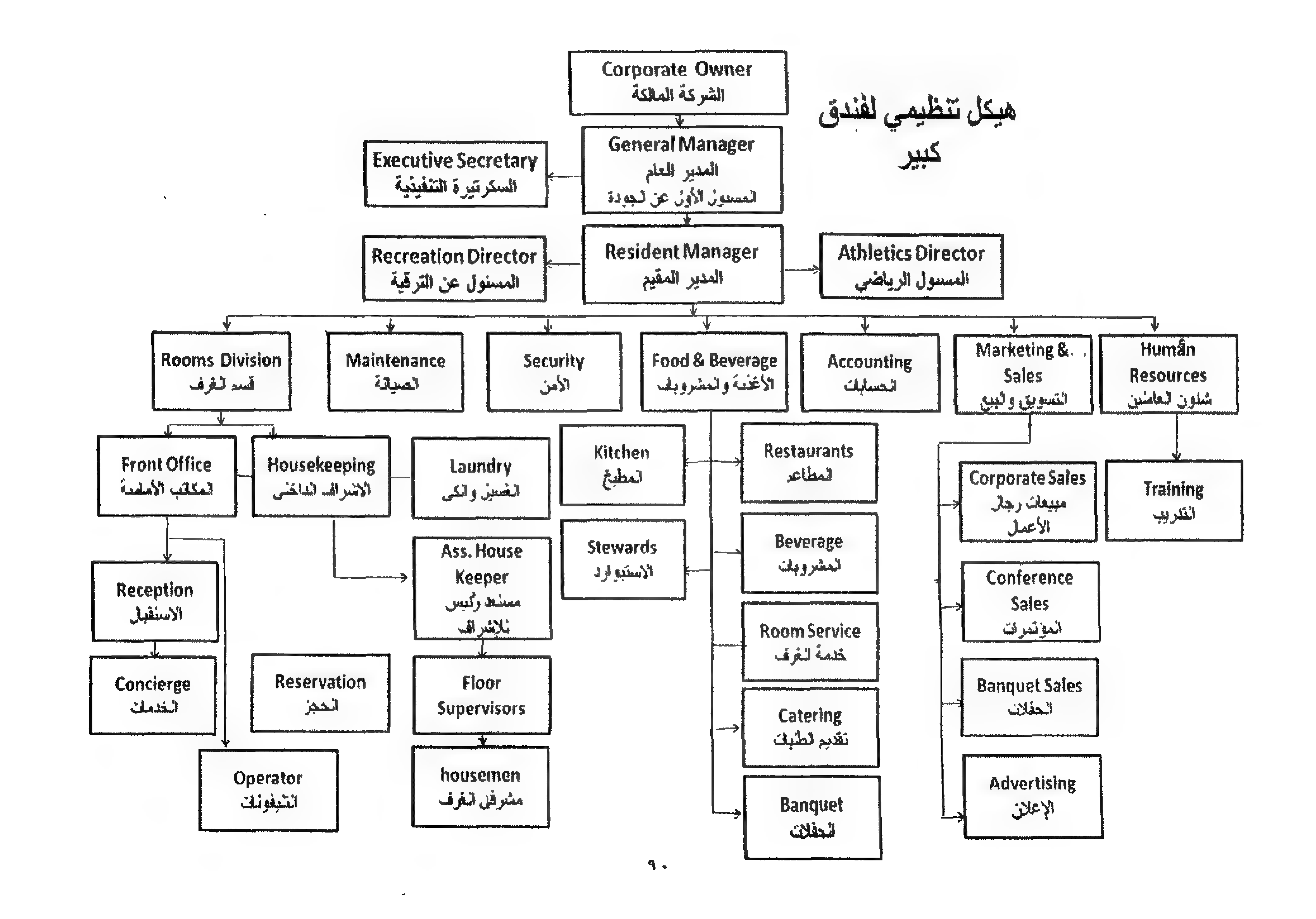
٢. توفير الحماية لهم أثناء الحرائق بتوجيههم إلى اتباع إجراءات الإخلاء واستعمال أجهزة الإطفاء.

٣. تأمين مداخل القاعات الخاصة بالحفل أو المؤتمر وعدم السماح بدخول أي شخص من غير المشاركين به.

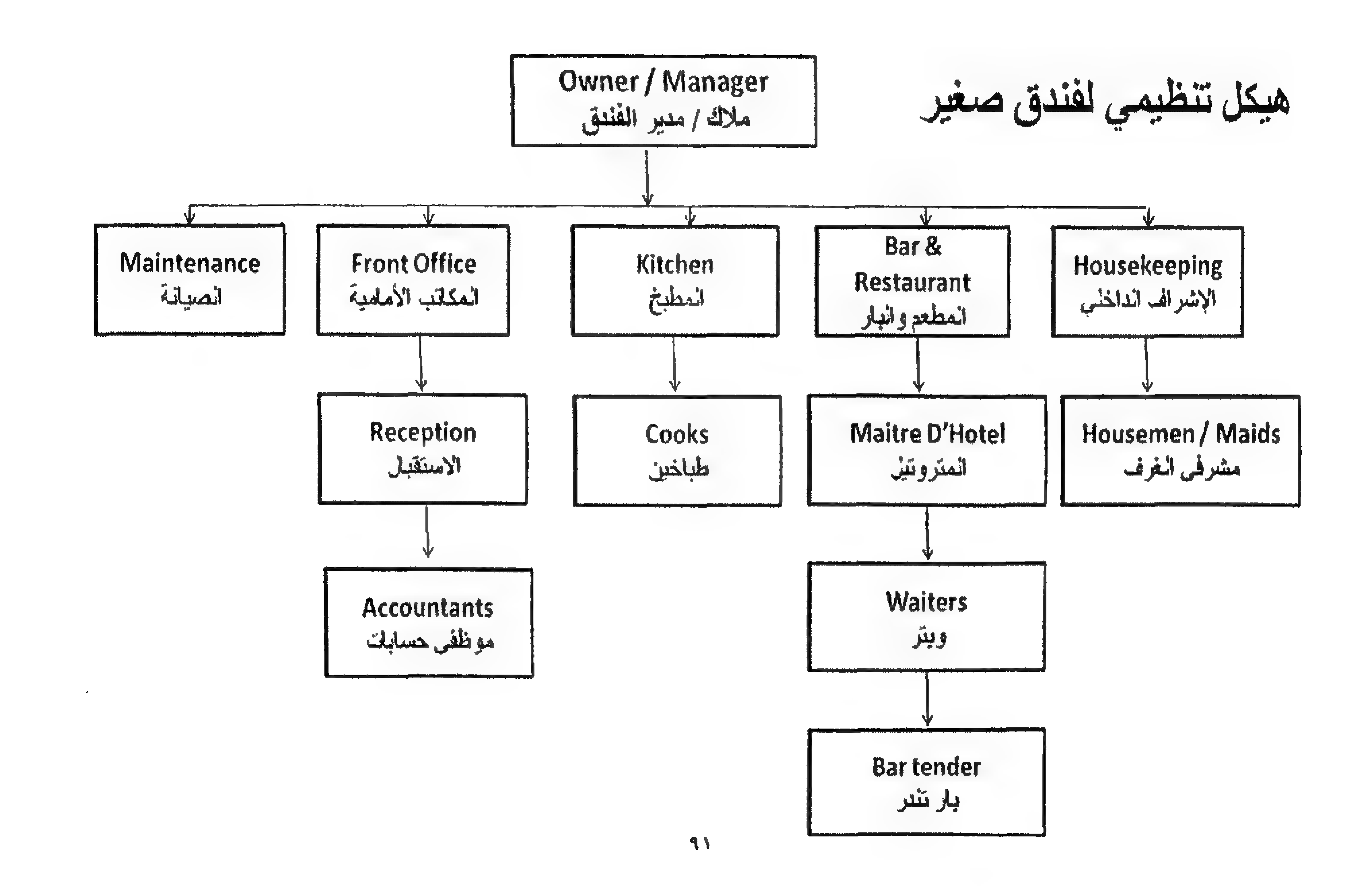
٤. الإلمام بالإسعافات الأولية للقيام بها عند الضرورة حيث يتواجد صندوق الإسعافات الأولية في مكتب الأمن أو الاستقبال يراجع محتوياته أسبوعياً ويستكمل الناقص منها.

٥. إبلاغ الجهات المسئولة عن أي حادثة وكتابة تقرير مختصر بتفاصيل الحادث لتجنب الأمر وضمان عدم تكراره.

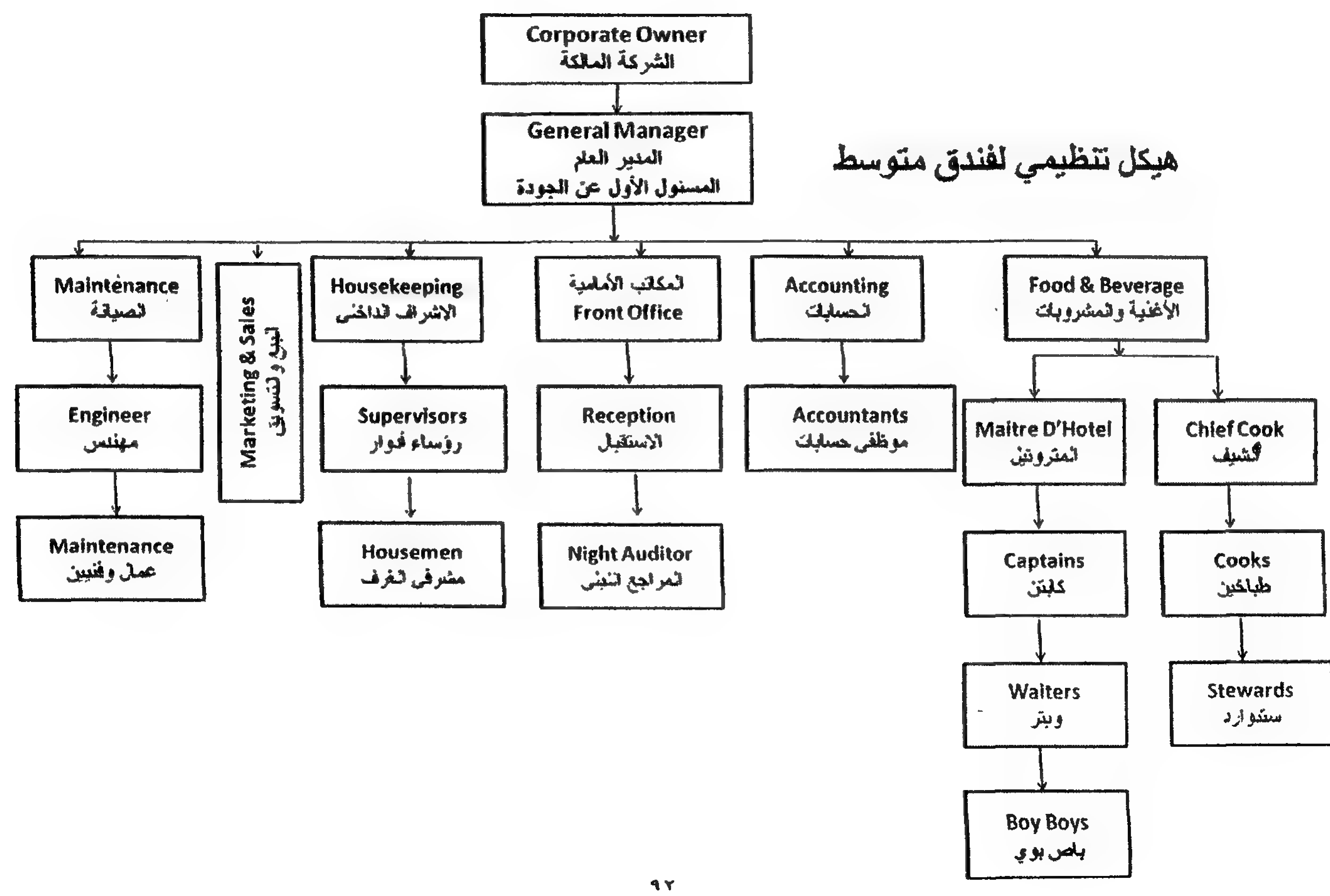
وفيما يلي نماذج لبعض الهياكل التنظيمية للمنشأة الفندقية تبعاً لحجم الفندق :-


هيكل تنظيمي لفندق كبير
Corporate Owner
الشركة المالكة
General Manager
المدير العام
المسئول الأول عن الجودة
Executive Secretary
السكرتيرة التنفيذية
Resident Manager
المدير المقيم
Recreation Director
المسئول عن الترقية
Athletics Director
المسئول الرياضي
Rooms Division
قسم الغرف
Maintenance
الصيانة
Security
الأمن
Food & Beverage
الأغذية والمشروبات
Accounting
الحسابات
Marketing & Sales
التسويق والبيع
Human Resources
شئون العاملين
Front Office
المكتب الأمامية
Housekeeping
الإشراف الداخلي
Laundry
الغسيل والكي
Kitchen
المطبخ
Stewards
الاستيوارد
Restaurants
المطاعم
Beverage
المشروبات
Room Service
خدمة الغرف
Catering
تقديم الطلبات
Banquet
الحفلات
Corporate Sales
مبيعات رجال الأعمال
Conference Sales
المؤتمرات
Banquet Sales
الحفلات
Advertising
الإعلان
Training
التدريب
Reception
الاستقبال
Concierge
الخدمات
Reservation
الحجز
Operator
التليفونات
Ass. House Keeper
مساعد رئيس للإشراف
Floor Supervisors
housemen
مشرفي الغرف

هيكل تنظيمي لفندق صغير



هيكل تنظيمي لفندق متوسط



الفصل السابع

التسويق للمؤتمرات والحفلات

التسويق لسياحة المؤتمرات والحفلات

لاشك أن التسويق للحفلات والمؤتمرات يعمل على زيادة النشاط السياحي وتشغيل الفنادق في فترات الكساد وأوقات الطلب ويعتمد التسويق على إبراز الإمكانيات المتاحة للمنشأة الفندقية بغرض جذب السائحون وتنمية وتنشيط مبيعات الفندق في الأقسام المختلفة وخاصة قسم الحفلات والمؤتمرات مع الأخذ في الاعتبار أن الخدمات الفندقية تنفرد وتمتاز بخصائص معينة تفرض نفسها على السوق السياحي.

❊ خصائص الخدمة الفندقية :-

١)عدم إمكانية تخزين الخدمات الفندقية حيث لا يمكن تخزين مقاعد المطعم أو الغرف الخالية فعندما لايتم اشغال غرفة في الفندق يعتبر خسارة للفندق لايمكن تعويضها.

٢)صعوبة تحويل المنشأة الفندقية إلى نشاط آخر فلا يمكن إقامة منشأة سياحية في وقت قصير لأنها بحاجة لتجهيزات وأيدي عاملة..... إلخ وبالتالي لا يمكن تحويلها لنشاط آخر بسهولة.

٣)تاثر السوق السياحي بالموسمية حيث يوجد :-

١. **موسم الذروة :** وهو موسم زيادة الطلب السياحي وازدياد السائحين ويوفر ذلك أفضل الفرص التسويقية وأحسن نسبة اشغال.

٢. **موسم الوسط :** الذي يتذبذب فيه الطلب من يوم إلى آخر.

٣. **موسم الكساد :** ينخفض فيه الطلب السياحي وقد ينعدم نهائياً.

٤)تعدد الخدمات حيث أن السياحة صناعة متداخلة ومركبة تحتوي على العديد من الخدمات وذلك يخلق صعوبة في إقناع المستهلك بالمنتج السياحي وبالتالي ذلك يتطلب درجة عالية من التنسيق والتسويق الجيد.

٥)اختلاف دوافع ورغبات السائحين وكذلك تباين دخولهم مما يصعب التأثير عليهم وإقناعهم.

٦)صعوبة توفير الخدمات التي يحتاجها كل سائح على حدة من حيث مستوى الخدمة والأسعار.

٧)تأثر الطلب السياحي بالظروف الاقتصادية والعوامل الاجتماعية والقوة الشرائية.

ومن العرض السابق يتضح أن السياحة كصناعة خدمية تحتاج إلى الإعداد والتجهيز والعمالة المدربة وكذلك إلى إدارة حكيمة وتمويل جيد وخطط تسويق مناسبة على أن يتم كل ذلك في إطار التشريعات والقوانين المنصوص عليها.

❊ العوامل التي تراعى عند إعداد خطة التسويق :-

١-يراعى أن تكون الخطة واقعية تعكس حالة الفندق وتهدف لتحقيق الأهداف.

٢-يجب وضع خطة بديلة للخطة الأساسية لأن حال السوق متغير ويصعب التنبؤ به خاصة إذا وجد منافسين جدد.

٣-تصميم الخطة على أساس الاحتياجات الواقعية.

٤-أن تتسم الخطة بالمرونة الكافية لإجراء تغيير بها تبعاً لما يستجد من أحوال.

٥-تحديد المسئوليات لكل الأقسام بدقة لأن الخطة تعتمد على تضافر جهد كافة الأقسام المختلفة بالفندق.

٦-ينبغي عرض الخطة على جميع الأقسام والعاملين للإلمام بها وتنفيذها بدقه.

٧-أن تتيح الخطة تنوع في الخدمات السياحية وذلك بسبب:-

١. التغير المستمر في رغبات واحتياجات السائحين.

٢. إضافة خدمة سياحية جديدة يمكن تسويقها لإضافة ربح للمنشأة.

٣. تدعم مركز المنشأة في السوق السياحي عند إضافة خدمات سياحية جديدة.

٤. تنوع المخاطر التسويقية المختلفة التي قد تتعرض لها المنشأة.

٨-الاستفادة من التطورات التكنولوجية الحديثة فمع استمرار التقدم العلمي والتكنولوجي لابد أن يراجع القائمون على إعداد الخطة إمكانية إدخال تعديلات للاستفادة من أي تطور جديد.

❋ أسس خطة التسويق :-

تحليل السوق :-

ينبغي إجراء دراسة لسوق الحفلات والمؤتمرات ويتطلب ذلك الإجابة على عدة أسئلة :-

١)من هم العملاء المتوقعين؟ رجال أعمال ، ....، ....

٢)ماهي صفات ورغبات العملاء؟ الهوايات، الاتجاهات، ....

٣)أين يأتي العملاء؟ وتمثل مكان مجئ العملاء وتحليل للمنطقة الجغرافية.

٤)متى يأتي العملاء؟ تحليل لأوقات ومواسم المجئ والمغادرة

٥)لماذا يأتي العملاء؟ أسباب القدوم للفندق

للحصول على الإجابة لتلك الأسئلة ينبغي الرجوع إلى سجلات المكتب الأمامي، الحجز، الحسابات وذلك لفحص :-

- بطاقات التسجيل
- سجلات المؤتمرات السابقة
- سجلات قسم البيع والتسويق

كما يمكن الاستعانة بموظفي المكتب الأمامي وعمال الخدمة والموظفين القدامى بالفندق كمصدر للمعلومات.

تحديد المنافسين :-

من الضروري معرفة المنافسين في مجال الحفلات والمؤتمرات المحيطين بالفندق أو في جهات بعيدة للفندق عن طريق معرفة **عدة أمور هامة :-**

١. مكان الفنادق المنافسة
٢. درجة الفندق
٣. شكل القاعات
٤. عدد الغرف
٥. مستوى الأسعار
٦. حجم العمالة ومدى كفائتها
٧. الخدمات والتسهيلات المقدمة
٨. مدى إمكانية التعاون معهم

تحليل إمكانية زيادة إيرادات الفندق :-

عن طريق دراسة أكثر الأقسام التي تحقق أعلى الإيرادات من خلال إرضاء العملاء وتحقيق رغباتهم وذلك لغرض تنمية وتنشيط التسويق للحفلات والمؤتمرات ويتم زيادة الإيرادات من خلال :-

١-زيادة معدل أجر الغرفة

٢-زيادة الإيراد السنوي للأغذية والمشروبات

٣-تحسين الاشغال في مواسم الركود

٤-زيادة فترة إقامة العملاء بالفندق

٥-رفع نسب الاشغال خلال أيام الأسبوع التي تكون ذات نسب اشغال منخفضة

٦-زيادة البيع لخدمات الفندق خلال الحفلات والمؤتمرات

دراسة تقديم الخدمات :-

لتسويق المؤتمرات والحفلات ينبغي دراسة الخدمات المتاحة في الفندق والتي تعمل على جذب العملاء له لإقامة الحفل أو تنظيم مؤتمر

وهي:-

١-موقع الفندق ومدى سهولة الوصول إليه

٢-عدد الغرف المتوفرة التي يمكنها استيعاب المؤتمرين

٣-أماكن تقديم خدمة الأغذية والمشروبات

٤-عدد وحجم القاعات

٥-مدى توافر المعدات وأجهزة الإضاءة وأجهزة الترجمة الفورية داخل القاعات

٦-إمكانية وجود أنشطة ترفيهية متمثلة في المسارح، دور الملاهي، أماكن تاريخية

٧-العروض التي تقدم من الفندق مثل الخصومات، أسعار خاصة للمؤتمرين أو المدعوين

التنبؤ :-

توفر التنبؤات المستقبلية يساعد على معرفة حركة السوق السياحية ويشمل التنبؤ عدة أمور :-

١-عدد الغرف المتاحة خلال السنة

٢-الطلب على الغرف

٣-توقع نسب الاشغال

٤-إيراد الفندق السنوي

٥-رصيد الغرف المتوفر

٦-الفنادق المنافسة وطاقتها الاستيعابية

٧-المبيعات من محلات التسوق

٨-اتجاهات الأسعار العالمية

٩-اتجاهات الطلب السياحي

١٠-القوى الاقتصادية المؤثرة في السوق السياحي

تحديد الفئات المستهدفة :-

وتعد خطوة لبدء تجميع المعلومات والبيانات للإلمام باتجاهات وميول العملاء وتحديد احتياجاتهم وذلك لصياغة خطة التسويق بما يتناسب مع الفئات المستهدفة وتحديد المجالات التي يتم التركيز عليها بهدف التأثير على رغبات ودوافع العملاء وتوجيههم نحو الاستعانة بخدمات المنشأة في تنظيم وإقامة الحفلات والمؤتمرات.

صياغة الرسالة الإعلانية :-

وذلك بغرض جذب الانتباه وتوجيه قرارات العملاء وخلق الرغبة لديهم بالاستفادة بخدمات الفندق في إقامة حفلات ومؤتمرات ويتطلب ذلك ما يلي :-

١-إعداد ميزانية لتنفيذ الرسالة الإعلانية
٢-صياغة أهداف الرسالة الإعلانية بوضوح
٣-تحديد أسلوب الإعلان والدعاية المناسب
٤-حصر الموارد والإمكانيات المستخدمة في الإعلان
٥-توقيت استخدام الرسالة الإعلانية
٦-وضع أسس وقواعد لقياس كفاءة وفعالية الرسالة الإعلانية

أساليب التسويق لخدمات الحفلات والمؤتمرات :-

١-الاتصال المباشر وإجراء المقابلات الشخصية التي توضح الخدمات المتاحة والعروض المقدمة عند إقامة الحفل أو المؤتمر
٢-الإعلان الذي يتطلب الإتفاق مع جهات متخصصة في تصميم الإعلانات
٣-تنشيط المبيعات من خلال المعارض أو الكتالوجات أو الهدايا التذكارية التي توضح شكل القاعات وتجهيزاتها
٤-تنمية العلاقات العامة مع العملاء
٥-الدعاية في الصحف والمجلات للفت الأنظار والانتباه

أهمية خطة التسويق :-

١-توضح الأهداف التي ينبغي اتخاذها في إطار الخطة الموضوعة
٢-تحديد بدقة متطلبات العمل للوصول للأهداف ولتقديم أفضل خدمة ممكنة

٣-تساعد على توقع المكانة التي سيصل إليها الفندق في نهاية السنة المالية القادمة

٤-تسهم في أن يكون للفندق أهداف عامة واضحة

٥-تعطي تنبؤ بمعدل أشغال الغرف ومعدل أجر الغرف وإيرادات الأقسام المختلفة بالفندق

٦-تضمن الوصول للأهداف الموضوعة من خلال تنفيذ الخطة

٧-تحدد التكلفة اللازمة لتنفيذ الخطة الموضوعة وتعطي تحليل مالي لكافة المصاريف المطلوبة التي لها علاقة بالخطة

٨-تمكن من توزيع المسئوليات والمهام من خلال إعطاء صلاحيات للأشخاص المسئولين عن تطبيق الخطة لوضعها حيز التنفيذ

٩-إبراز الإمكانيات المتاحة للمنشأة التي تؤهلها للقيام بدورها.

وفيما يلي نموذج لخطة تسويق :-

1.	Statement of Mission and	7.	Competitive
2.	general objectives	8.	analysis
3.	Positioning statement		Market activity
4.	Historical Overview		analysis
	Areas and Community		a. Curreat situation
	Profiles	9.	b. Growth/decline
	a.Location		forecast
	b. Historical		Fiscal forecasts
	Background		a. Commercial
	c.Geophysical Factors		travel market
	d. Economic and		b. Contract business

5.	industrial overview e. Population studies and projections f. Business sector profiles g. Educational, Recreational, Social, and institutional profiles h. Economic projections	10. 11. 12.	c. Individual leisure travel market d. Group business markets (1) Associations (2) Corporate meetings (3) Incentive groups
6.	Hospitality industry overviews a. Hotels and other lodging establishments b. Outside meeting facilities: Convention halls and public arenas c. Independent food service establishments d. Lounges and other entertainment e. Theme, amusement, and other recreational	13.	Current situation analysis General statement of objectives and goals Strategies and tactics a. Sales b. Sales promotions c. Advertising d. Public relations and publicity Market segment strategy development

	parks f. Airlines and other transportation carriers Property analysis a. Physical description b. Floor plans and other schematics c. Tariffs and F&B price schedules d. Organizational charts and job descriptions e. Current marke. Mix contribution analysis (1) Type of guest (2) Point of origin (3) Arrival/departure patterns (4) Demographic profiles (5) Pschographic profiles (6) Segment preference profiles	14.	a. Individual business (Commercial) markets (1) Rooms (2) Food & Beverage (3) Other income b. Contract & concession business (1) Rooms (2) Food & Beverage (3) Other income c. Group meetings market (1) Associations (2) Corporate meetings (3) Incentive groups (4) Local food &

			beverage functions d. Group leisure (travel & tour) Consolidated action plan

الفصل الثامن

الدورة المستندية لإقامة المؤتمرات والحفلات

الدورة المستندية لإقامة الحفلات والمؤتمرات

تحتاج الحفلات والمؤتمرات إلى ترتيبات وتجهيزات خاصة ضماناً لعدم حدوث أي خطأ يؤثر على نجاح الحفل أو المؤتمر ولذلك فهي تتطلب تنظيم وتنسيق بين مختلف الأقسام في المنشأة الفندقية لذا دعت الضرورة لوضع كافة الشروط المطلوبة سواء من إدارة الفندق أو العميل (صاحب الحفل أو منظم المؤتمر) على شكل مستندات تمثل عدد مراحل على شكل دائرة مرتبطة ببعضها البعض حيث تبدأ بالمرحلة الأولى التي ما أن تنتهي تسلم المرحلة الثانية لتبدأ الثالثة وهكذا حتى المرحلة النهائية وهي مرحلة إغلاق الدائرة لنكون بذلك ما يسمى الدورة المستندية والتي يمكن إجمالها على النحو التالي.

النقاط المتبعة للاتفاق مع الفنادق أو مراكز المؤتمرات عند التعاقد على إقامة حفل أو مؤتمر :-

١)المرحلة الأولى :

أ- مرحلة المداولات :-

تعد هذه مرحلة تمهيدية لاختيار الفندق والقاعة المناسبة لنوع الحفل أو المؤتمر وهذه المرحلة تنقسم بدورها إلى جزئين :

أ- المداولات بين العميل ومدير قسم الحفلات أو المؤتمرات ويقوم فيها العميل الذي يرغب في إقامة الحفل أو المؤتمر **بالسؤال عن :-**

١. شكل القاعات.
٢. حجم القاعة ومدى استيعابها لعدد المدعوين أو المؤتمرين.
٣. قوائم الطعام المتاحة وأسعارها.
٤. طريقة الخدمة للأغذية والمشروبات.
٥. مدى توافر منصة لإلقاء المحاضرات او وضع الفرقة الموسيقية.

٦. طرق ترتيب الموائد وتزيين القاعة.
٧. المعدات المتاحة بالقاعة لتسهيل إنجاح الحفل أو المؤتمر.
٨. تسهيلات الدفع وإمكانية إجراء تخفيضات لإقامة الغرف (بالمؤتمرين أو المدعوين المغتربين)
٩. مدى توافر الأنشطة الترفيهية.

في هذه المرحلة يسعى مسئول المبيعات والتسويق في الفندق على تقديم العروض المقدمة من قبل الفندق المتمثلة في تخفيضات أسعار الغرف للمؤتمرين، تنظيم أنشطة ترفيهية لهم ، رحلات سياحية، قوائم طعام بأسعار خاصة للحفلات.. وغير ذلك الذي من شانه ترغيب العميل لإقامة الحفل أو المؤتمر داخل الفندق بمجرد موافقته يتم تحرير عقد مبدئي به كل البيانات التي تم الاتفاق عليها بين المنشآت الفندقية ويمثلها مدير الحفلات أو المؤتمرات كطرف أول وبين العميل كطرف ثاني.

ب- مرحلة الاتفاق النهائي :-

وهي المرحلة التي يعتبر إقامة الحفل أو المؤتمر نهائي ويتم تسليم الفندق ما يفيد ذلك من العميل بعد أن يقوم بسداد جزء من المبلغ المتفق عليه ويكتب إيصال نقدية بالقيمة المدفوعة ويدون به تاريخ الدفع واسم العميل وتاريخ الحفل ويذكر في العقد عدة **نقاط هامة وهي :-**

١. تاريخ إقامة الحفل أو المؤتمر.
٢. نوع الحفل أو المؤتمر
٣. تحديد القاعة ويذكر اسمها أو رقمها
٤. طريقة ترتيب القاعة وتزيينها
٥. عدد المدعوين أو المؤتمرين
٦. ميعاد بدء فاعليات الحفل أو المؤتمر

٧. توضيح برنامج المؤتمر (ميعاد إلقاء الخطب والمحاضرات – ميعاد فترات الراحة ....)

٨. توضيح برنامج الحفل (ميعاد الزفة ومدتها....)

٩. نوعية الأغذية والمشروبات المتاحة

١٠. نوع الخدمة المقدمة

أ- خدمة بوفيه وطرق عرضها

ب- خدمة غذاء وعشاء

ج- خدمة كوكتيل

د- خدمة فترات الراحة

١١. المعدات السمعية والبصرية المستخدمة

١٢. الإضاءة وأشكالها

١٣. القيمة المادية للحفل أو المؤتمر مع توضيح ما سدد وميعاد سداد المتبقي

١٤. مبلغ التأمين المدفوع ويرد للعميل بعد انتهاء الحفل

١٥. ينص بالعقد على إلتزام العميل باتباع تعليمات الفندق وعدم حدوث مخالفات أو تجاوزات

١٦. يذكر بالعقد قيمة مالية يدفعها في حالة إلغاء العقد

٢) المرحلة الثانية :

مرحلة الإعداد :-

وهي مرحلة نقل رغبات العميل المتفق عليها مع مدير الحفلات أو المؤتمرات إلى الإدارات والأقسام المختلفة في المنشأة الفندقية في صورة بيان موضح به كل **المعلومات المطلوب تنفيذها حيث يكتب بها:-**

١. تاريخ الحفل أو المؤتمر

٢. نوع الحفل أو المؤتمر
٣. عدد المدعوين أو المؤتمرين
٤. نوع قائمة الأغذية والمشروبات
٥. القيمة المادية للحفل
٦. تحديد أي من قاعات الفندق
٧. تجهيزات خاصة للكوشة
٨. ميعاد بدء الحفل
٩. الجهة المنظمة للمؤتمر

والذي يهمنا في مرحلة الإعداد هو جانب الخدمة والتي تكون مسئولية الميتردوتيل بمجرد وصول أخطار الحفل له فينبغي معرفة :-

١) العدد الفعلي للمدعوين
٢) قائمة الأغذية والمشروبات

وذلك :-

أ- لمعرفة الأطباق التي ستقدم
ب- إعداد كل الأدوات اللازمة لخدمة هذه الأطباق التي تتلائم معها

٣) المشروبات المطلوب تقديمها وإعداد الكؤوس والأكواب المناسبة لها
٤) يحرر قائمة بالمستلزمات الضرورية المطلوبة من فضية وصيني وأكواب لكل من :-

أ- موائد الضيوف والمؤتمرين
ب- مائدة الخدمة
ج- أدوات الخدمة بالأوفيس

ثم تراجع هذه الأدوات وتنظف قبل موعد الحفل بوقت كافي

٥)إعداد رسم تخطيطي للقاعة : حتى يمكن تجهيزها بطريقة تُسهل عملية الخدمة وتحديد أماكن المدعوين تبعاً لرغبة منظم الحفل أو المؤتمر.

المرحلة الثالثة :

مرحلة التنفيذ :-

وهي مرحلة بدء فاعليات الحفل أو المؤتمر وينبغي التأكد من :-

١-ترتيب القاعة

٢-فرش الموائد ووضع المفارش بحيث تكون الثنية الرئيسية بوسط المائدة والثنيات الفرعية على الجوانب وأن تكون الفوط في شكل واحد وعلى مسافات متساوية ويحدد المسافة بين كل مدعو من ٦٠ – ٨٠ سم

٣-التأكيد على أماكن جلوس ضيوف الشرف والشخصيات الهامة حيث لابد أن يختار لهم أفضل مكان في القاعة

٤-تزيين الموائد بطريقة غير مبالغ فيها بحيث تحجب الرؤية وتعيق تقديم الطعام

٥-الإقلال من موائد الخدمة بقدر الإمكان

المرحلة الرابعة :

استقبال المدعوين أو المؤتمرين :-

يتم استقبالهم ببطاقات الدعوة ويقودهم منظم الحفل أو المؤتمر إلى مقاعدهم المعدة لهم ولتسهيل تلك المهمة : تقسم الموائد إلى صفوف تأخذ حروف أبجدية (أ ، ب ، ج ....) على أن يكون لكل رئيس صف عشرة أفراد لديه قائمة بأسمائهم وعلى منظم الحفل أو المؤتمر إرشاد كل مدعو إلى الصف المخصص له حيث يكون لديه قائمة بأسماء المدعوين وبجوار كلاً منهم اسم الحرف الذي يشير إلى الصف الموجود به المدعو ويقف

بالقرب من مدخل القاعة بعض رؤساء الصف مهمتهم إدخال المدعوين أول بأول لأماكنهم وقد يستخدم في الحفلات الكبيرة والمؤتمرات ذات الأعداد الكبيرة موائد صغيرة بها أرقام حيث يوضع رقم المائدة أمام كل مدعو.

يجب إعداد الأطباق المتفق عليها وتخرج من المطبخ إلى القاعة في وقت واحد ويجتمع طاقم الخدمة أمام مائدة تسليم الأطباق ويتسلموها وفقاً لترتيب تقديمها وتبدأ الخدمة من الضيف الجالس جهة اليمين.

وفيما يلي نموذج لإخطار حفل في أحد الفنادق :-

إخطار الحفل

لشخص : لهيئة : يوم، وقت : الوقت : الصالة : عدد الحضور المتوقع :	رئيس الحفل : العنوان : رقم التليفون : رقم التلكس :
	السعر للفرد : الأطعمة : المشروبات : إيجار القاعة : مقدم الحجز :
نثريات أخرى الزهور منيو مطبوع سجائر / سيجار الباند	المشروبات :
	الطعام :

المصور إضاءة	
الترتيبات الإشراف الداخلي، البياضات، النوعية، اللون	
الهندسة	
عدد المناضد عدد الأشخاص لكل مائدة نظام الترتيب للأثاث	

EVENT ORDER

FOR INDIVIDUAL : FOR ORGANIZATION : DAY & TIME : TIME : ROOM :	CHAIRMAN OF FUNCTION : ADDRESS : TELEPHONE NUMBER : TELEX NUMBER :
NATURE OF FUNCTION : ATTENDANCE EXPECTED : GUARANTEE :	PRICE PER COVER : FOOD : BEVERAGE : ROOM RENTAL : SEPOSIT :
SUNDRY CHARGES	BEVERAGE :

FLOWERS MENU PRINTING CIGARATES / CIGARS ORCHESTRA PROJECTOR	FOOD :
ARRANGEMENT HOUSEKEEPING LINEN QUALITY COLOUR	
ENGINEERING	
NUMBER OF TABLES NUMBER OF PERSONS PER TABLE : ROOM SETUP :	

(تابع) إخطار الحفل

وقت البيان كلمة (خطبة) أخرى لوحة ميكروفون حامل	موسيقى إضاءة تليفون إعلام
	تعليمات أخرى
التوزيع : المدير العام	رئيس الصرافين

مدير الأغذية والمشروبات	المدير المقاق	المراقب المالي
مدير قطاع الغرف	الشيف	مدير الحفلات
مدير المكاتب الأمامية	متر الحفلات	مدير الأمن
مدير الائتمان	الإشراف الداخلي	الهندسة
مدير المبيعات		الاستيوارد
مدير مراقبة الأغذية والمشروبات		

التاريخ : .... الوظيفة :

....

سجلت بواسطة : ....

EVENT ORDER

TIME SCHEDULE	MUSIC
DANCE	SPOTLIGHT
SPEECH	TELEPHONE
OTHERS	FLAGS
CANDL EL ARRE	
SIGN BOARD	
CLOCK ROOM	
MICROPHONE	
BAND STAND	OTHER INSTRUCTIONS:
DISTRIBUTION: GANERAL H. CASHIER	

F & B	MANAGER	CONTROLLER
MANAGER	RESIDENT	BANQUENT
ROOM	MANAGER	MANAGER
DIVISION M.	EXECUTIVE	CHIFE
FRONT OFFICE	CHEF	SECURITY
M.	BEVERAGE	ENGINEERING
CREDIT	SUPER VISOR	STEWARD
MANAGER	BANQUTE H.	
SALES	WATIER	
MANAGER	HOUSE	
F & B CONTROL	KEELING	

DATE : .... TITLE :

....

ISSUED BY : ....

الفصل التاسع

انواع الخدمة في المؤتمرات والحفلات

أنواع الخدمة في الحفلات والمؤتمرات

١-خدمة فترات الراحة الخاصة بالمؤتمرات والاجتماعات.
٢-خدمة الكوكتيل مع مأكولات خفيفة.
٣-خدمة الغذاء والعشاء في الحفلات.
٤-خدمة البوفيهات.

أولاً: خدمة فترات الراحة الخاصة بالمؤتمرات والاجتماعات

تتيح فترات الراحة الفرصة للمؤتمرين بتجديد النشاط الذهني والبدني وإعطاء الفرصة لهم للتعارف والتواصل بعد الانتهاء من المؤتمر أو الاجتماع. كما أن الخدمة الجيدة تؤدي إلى سمعة طيبة للمنشأة الفندقية. ويتم تحضير الأطعمة والمشروبات الباردة والساخنة في مكان قريب من قاعة المؤتمر أو الحفل.

ويفضل أن تقدم كافة الأطعمة والمشروبات في مكان خارج المؤتمر أو الاجتماع لمنع الإزعاج عن المحاضرات التي تلقى أو الاجتماعات المنعقدة.

وتتطلب خدمة فترات الراحة إلى تخطيط لمنع التزاحم لذا يجب على مدير الحفلات التخطيط بحيث يسمح بسهولة حركة الضيوف بما يتناسب مع عددهم والأصناف المقدمة ويقدم كل ما هو ساخن في صورته الساخنة، وكل ما هو بارد في صورته الباردة. ويخصص عامل واحد لخدمة أربعين فرداً.

بوفيه فترات الراحة :-

١-المشروبات الساخنة :

تشمل الشاي والنسكافيه وفيها يتم تجهيز المياه الساخنة في السخانات الكهربائية وتوضع على ركن البوفيه مع عامل خدمة لها، ويتم رص الأكواب أو الفناجين في صواني ويوضع باكيت الشاي داخل الفنجان أما باكيت النسكافيه يكون بجوار الفنجان والسكر على البوفيه وتقدم خدمة القهوة من ركن القهوة وهي عربة مخصصة لعمل القهوة التركي.

٢-المشروبات الباردة :

تشمل المياه الغازية والعصائر المختلفة تملئ الكاسات بالعصائر وتوضع على صينية مفروشة بمفرش أو يخصص لها ركن مع وجود فرد للخدمة أما المياه الغازية فترص الزجاجات أو العلب بطريقة جمالية وبجوارها الأكواب الخاصة لها.

٣-الأطعمة :

وتشمل مجموعة المخبوزات (الباتيه – الكرواسون – الدانيش – الساليزون) وأيضاً أنواع من الميني سندويتش مثل (الجبنة بأنواعها) أو دجاج مايونيز

٤-الحلويات :

إما تشكيلة الحلويات الشرقية (كنافة – بقلاوة...) أو الحلويات الغربية (جاتوه – كيك...)

ثانياً: خدمة الغذاء والعشاء في الحفلات :-

تعتمد حفلات الغذاء على نوع الحفل أو المؤتمر ونوع المشاركين والتكلفة المدفوعة ونوع الفندق، وتقدم خدمة الطعام إما على شكل بوفيه مفتوحة أو على طريقة الخدمة الأمريكية، ودائماً يتم تقديم ثلاث أطباق في حالة الطريقة الأمريكية الطبق الأول مقبلات باردة أو حارة أو سلاطات والطبق الثاني يكون الطبق الرئيسي والطبق الثالث أما حلويات أو مشروبات ساخنة او باردة، ودائماً يتم تقديم قوائم طعام خفيفة مثل الأسماك أو الدجاج في الأطباق الرئيسية.

في أغلب الحفلات والمؤتمرات يتم التركيز على حفلات العشاء الذي يعتمد الطعام المقدم بها على نوع الفندق وكمية المبالغ المدفوعة وعلى الأغلب يتم تقديم الطعام على شكل بوفيه مفتوحة وهي مرغوبة أكثر من الخدمة على الطريقة الأمريكية.

في حالة الخدمة باستخدام الأواني الفضية يخصص لكل عشرة أو إثنى عشرة شخصاً مضيف لخدمتهم لذا نجد كثير من الموائد الخاصة بالحفلات تسع هذا العدد من الضيوف لتخفيف العبء على كل من المطبخ عن طريق وضع المأكولات التي تخص كل مائدة في طبق فضي واحد والمضيف الذي يكون من السهل عليه خدمة مائدة واحدة بدل الانتقال من مائدة إلى أخرى. أما بالنسبة للمائدة الرئيسية فيخصص عدد أقل لخدمتهم بحيث ينتهي منها قبل باقي الضيوف. ويجب رفع الأطباق المستعملة أولاً من المائدة الرئيسية.

أما الموائد البعيدة عن منطقة دخول وخروج الأطعمة يجب أن يقوم المضيف بجمع الأطباق المستعملة بسرعة أكبر من باقي القاعة

حتى يتمكن كافة العاملين من تقديم الطعام لكل القاعة في وقت واحد، نقطة بدء الطعام وجمع الأطباق المستعملة ووضع الأطباق الجديدة يجب أن يتم تنسيقها مع كافة العاملين بواسطة إشارة متفق عليها من المسئول عن إدارة الخدمة في الحفلة (مدير القاعة، المساعد، الكابتن) حسب أهمية الحفل.

ثالثاً: خدمة الكوكتيل مع مأكولات خفيفة :-

وعادة ما يطلق عليها خدمة الاستقبال وتستغرق مدة الحفل من ساعة إلى ساعتين

وتشمل نوعان :- الاستقبال الذي يسبق الغذاء أوالعشاء

الاستقبال الذي لا يتبعه الغذاء أوالعشاء

وتلك النوع من حفلات الكوكتيل يقام بغرض تجميع المدعوين لفترة من الزمن حتى يكتمل عددهم لبدء الغذاء أو العشاء أو لغرض إقامة الصلات بين الأفراد المدعوين وإتاحة الفرصة للتعرف والتواصل فيما بينهم في جو من البهجة. ويشتمل طعام حفلات الاستقبال على البيزا، الأجبان، المعجنات، بعض اللحوم المشوية والجمبري وتختلف طريقة التقديم من فندق لآخر وفي الغالب يقدم على شكل بوفيه مفتوح ويفضل توفير موائد جانبية لوضع الأطباق وطفايات السجائر والكاسات وقد يصاحب تلك الحفلات في بعض الأحيان فرقة موسيقية.

ويتم المحاسبة فيها على أساس الكميات المستخدمة أو عدد الصواني، عدد الزجاجات المفتوحة بغض النظر عن الكميات

المستهلكة منها لذا يتم إجراء جرد قبل وبعد الحفل لتحديد الكميات المستهلكة لمحاسبة العميل.

بعض الأطعمة المقدمة في حفلات الغذاء والعشاء:-

١- الأنواع الساخنة :-

فليه سمك – فيش فينجر – جمبري كاري – كباب حلة – كباب مشوي – شيش طاووك – فراخ مقلية – كفتة مشوية – داوود باشا – أرز خلطة – أرز صيادية – خضار جراتان – إلخ.

٢-الأنواع الباردة :-

شرائح الديك الرومي – الروزبيف – صدور الفراخ – سمك المايونيز – الكفتة – الجمبري.

٣-السلاطات :-

طحينة – بابا غنوش – باذنجان – سلطة طازجة – سلطة جبنة – فنوش – كولي سلو – زبادي – بطاطس مايونيز – فاصوليا.

٤-الحلو :-

يشمل حلويات شرقية (بقلاوة – كنافة .....) وحلويات غربية من جاتو وتورت مختلفة وجاتوهات سواريه واحياناً يقدم فواكه طازجة ترص بطريقة جميلة يراعى فيها تنسيق الألوان.

رابعاً: خدمة البوفيهات :-

الأسس التي تقوم عليها خدمة البوفيهات:-

١. على أساس عدد المدعوين.

٢. على أساس قوائم الطعام المقدمة.

٣. على أساس إمكانيات القاعة متمثلة في المساحة والأدوات والمعدات المستخدمة.
٤. على أساس العمالة المتاحة.

عدد المدعوين يلعب دوراً أساسياً في تحديد طريقة الخدمة ونوع الأطعمة المقدمة فمثلاً الحفلة التي بها ١٥٠ شخصاً يمكن بسهولة خدمة الأطعمة الساخنة والباردة بدون حدوث تزاحم أما إذا كان عدد المدعوين ١٥٠٠ شخصاً فإن وجود البارد والساخن على البوفيه سوف يسبب كثير من الارتباك كل من الداعي والمدعوين.

وتحدد طريقة الخدمة على أساس عدد المدعوين وقائمة الطعام فاختيار أطعمة مثل الديك الرومي أو اللحوم الكبيرة يتطلب ذلك تقطيعها أمام العميل وبالتالي طريقة خدمة تختلف عن لو وجد شوربة مثلاً.

كذلك فإن الأدوات والمعدات المتاحة تحدد بشكل كبير نوع الخدمة المقدمة وفي بعض الأحيان يجبر القائمين على الخدمة على اختيار طريقة معينة، كذلك لضمان نجاح المؤتمر أوالحفل لابد من وجود عمالة على درجة كبيرة من الخبرة والمهارة والتدريب لخروج الحفل أو المؤتمر بشكل جيد.

طرق عرض الأغذية والمشروبات في البوفيهات :-

١-طريقة عرض كافة الأطعمة المراد تقديمها إلى المدعوين عن طريق ترتيبها على موائد مستطيلة بطريقة ملفتة للأنظار. ويقوم المدعوين باختيار الأطعمة وكمياتها حسب رغبتهم مع وضع الخبز – الزبد – الماء على موائد الطعام الخاصة بالمدعوين ولابد من مراعاة النواحي الجمالية في تنسيق الطعام.

٢-عرض الأطعمة في البوفيه مع خدمة المشروبات الساخنة التي توضع في الفناجين على المائدة يسار العميل وتملأ مقدماً.

٣-عرض الأطعمة في البوفيه مع تخصيص ركن فيه لعرض شرائح اللحوم أو الديك الرومي لتقطيعها من قبل طاقم الخدمة ووضع الخبز والزبد على المائدة.

قواعد عامة في خدمة الحفلات :-

١-عند وضع الأطباق على الموائد لابد أن يكون شعار الفندق في مواجهة الضيف.

٢-توفير عدد كافي من أدوات الخدمة.

٣-إزالة الأطباق المتسخة فوراً وإخراجها من القاعة بواسطة الصواني والعربات.

٤-رفع الكاسات من قواعدها.

٥-تقديم الطعام للمائدة الرئيسية أولاً.

٦-وضع المقبلات على المائدة قبل البدء في تقديم الطبق الرئيسي.

٧-يقدم الطبق الرئيسي بعد رفع أطباق المقبلات.

٨-تغيير وتنظيف طفايات السجائر باستمرار.

٩-تقديم مزيد من القهوة والشاي إذا تم طلبه.

١٠- يجب أن يتوافر مع القائمين بالخدمة فوطة توضع في اليد اليسرى.

نماذج لقوائم طعام للحفلات والمؤتمرات :-

المشهيات

* جمبري كوكتيل	L.E 21.00
(جمبري مع صوص الكوكتيل وشرائح الخس)	
* جمبري مع السلمون المدخن والكلماري	L.E 34.50
(جمبري مسلوق مع سلمون مدخن وكلماري وبيض)	
* باتيه البط البارد	L.E 40.00
(بط مخلي يقدم مع بعض السلطة البيضاء مع عيش)	
* شرائح الكلماري المحمرة	L.E 20.24
(مع عيش الغرابه الطازجة والسبانخ الطازجة مع صلصة الترتار)	
* أصابع السمك	L.E 19.50
(سمك صغيرة مع توست وبوم فريت)	
* سمك اسكتلندي مدخن	L.E 30.50
* (سمك سلمون وكابري وشرائح الخس وعيش فرنساوي)	

List of the main restaurant
Appetizers

- ***Shrimp cocktail*** *21.00 L.E*
  (Shrimp cocktail with sauce and segments of lettuce)
- ***Salmon and alkelmary shrimp with smokes*** *35.50 L.E*
  (Boiled shrimp with smoked salmon, eggs and kelmary)
- ***Bath cold duck*** *40.00 L.E*
  (vacated duck provided with some white sauce and bread)
- ***Segments fried alklmiry*** *20.25 L.E*
  (with fresh mushrooms, fresh spinach and alterter sauce) *19.50 L.E*
- ***Fish fingers***
  (small fish with toast and fried chips)
- ***Fumigated Scotland fish*** *30.50 L.E*
  (salmon fillets, Capri lettuce and French bread)

الشوربه

* شوربة خضار	L.E 13:25
* شوربة الدجاج بالكريمة	L.E 15.00
* شوربة سمك مقطع	L.E 15.00

Soups

❖ *Vegetables Soup*	*13.25 L.E*
❖ *Cream chicken soup*	*15.00 L.E*
❖ *Fish pieces soup*	*25.00 L.E*

السلطات

* سلطة نسواز — L.E ١٦.00

(فاصوليا خضراء وطماطم وبطاطس وخس وأنشوجة وبيض)

* سلطة لحمة متبلة — L.E ١٦.00

(خس كابوتشي – فرخ مشوية – فلفل رومي وطماطم وصوص)

* سلطة بطاطس — L.E 9.25

(بطاطس وبيض وبصل وبقدونس وبهارات)

❋ سلطة زبادي (زبادي وخيار وأعشاب وبهارات)	L.E 9.25
❋ سلطة الفراخ بالمايونيز (صدور فراخ وخس وصوص مايونيز وبيض وبقدونس وبهارات)	L.E 25.50
❋ سلطة خضراء (خيار وطماطم وفلفل رومي وخس وبهارات)	L.E 10.50
❋ سلطة سيزار (خس وتوست وصوص سيزار وجبن برميزان)	L.E 15.00
❋ سلطة طحينة (طحينة وبهارات وأعشاب)	L.E 9.50
❋ سلطة يوناني (خيار وطماطم وخس وفلفل رومي وجبنة بيضاء – فجل أحمر – زيتون وبهارات)	L.E 17.50

SALADS

➲ ***Nswar salad*** *(Green beans, tomato, potato and lettuce oncojp and white)*	16.00 L.E

➲ ***Salad spices meat*** 16.00 L.E

(lettuce Kaboutcy – roast chicken – Rumi pepper, tomato and sauce)

➲ ***Potato salad*** 9.25 L.E

(potatoes, eggs, onion, parsley and spices)

➲ ***Yogurt salad*** 9.25 L.E

(The choice of yogurt, herbs and spices)

➲ ***Chicken salad with maounaz*** 25.50 L.E

(chicken chests, mayonnaise sauce, eggs, parsley and spices)

➲ ***Great salad*** 10.50 L.E

(Tomato, colored peeper, lettuce and spices)

➲ ***Cesar salad*** 15.00 L.E

(Lettuce toast, cesar sauce, Brmizan cheese)

➲ ***Tahaineh salad*** 9.50 L.E

(Tahaineh, herbs and spices)

➲ ***Greek salad*** 17.50 L.E

(cucumber, tomato, lettuce, colored pepper and white cheese – red radish – with olive)

المعجنات

- **اسباجتي بولونيز** L.E 18.25

(مكرونة اسباجتي تقدم مع صوص الطماطم باللحم المفروم)

- **اسباجتي نابوليتان** L.E 14.50

(مكرونة اسباجتي تقدم مع صوص الطماطم وقطع الطعام والفلفل الرومي)

- **اسباجتي فواكه بحر** L.E 36.00

(مكرونة اسباجتي تقدم مع تشكيلة من الأسماك البحرية)

- **كانيلوني نابوليتان** L.E 24.25

(شرائح مكرونة محشي لحم مفروم وبهارات وبعض الأعشاب)

Pasta

- ***Ispajty puloniz*** 18.25 L.E

(Ispajty pasta made with minced meat, tomato sauce)

- ***Ispajty Napolitan*** 14.50 L.E

(Ispajty pasta made with tomatoes sauce, cutted food and pepper roumi)

- ***Ispajty sea food*** 36.00 L.E

(Ispajty pasta made with a variety of marine fish)

- ***Kanillony Napolitan*** 24.25 L.E

(pasta slices overstuffed with minced meat, spices and some herb)

الأطباق الرئيسية

أولاً: أطباق الدواجن

- **فراخ بانيه** L.E ٢٨.٠٠

(فراخ بانيه تقدم مع بوم فريت وعيش وقطع زبدة وخضار سوتيه)

- **فراخ مشوية** L.E ٤٥.٢٥

(فراخ مخلية تقدم مع بوم فريت وخضار سوتيه)

- **فراخ بصوص السوبر يم** L.E ٤٦.٠٠

(فراخ وتقدم بصوص السوبر يم وبوم فريت وخضار سوتيه وبعض الأعشاب ـ شيش طاووك)

- **حمام محشي فريك** L.E ٥٥.٥٠

- **شيش طاووك** L.E 28.00

Main dishes

Chicken dishes

- ***Chicken Baneh*** 28.00 L.E

(vacated baneh chicken with fried chips, bread, butter pieces and vegetable sote)

- ***Grilled chicken*** 45.25 L.E

(vacated chicken with fried chips and vegetables sote)

- ***Chicken with supreme sauce*** 46.00 L.E

(chicken approached with supreme sauce. Fried chips, sauttie vegetables and some herbs – chish tawouk)

- ***Pigeon overstuffed with bulger*** 55.50 L.E
- ***Shish tawok*** 28.00 L.E

ثانياً: أطباق اللحوم

- **مكس جريل** L.E ٧٢.٠٠

(كباب – كفتة – فراخ – ريش ضاني)

- **أستيك بوافر** L.E ٥٢.٢٥

(لحم أنتركوت تقدم مع بوم فريت وخضار سوتيه – عيش)

- **بيكاتا الاكريم** L.E ٦٩.٠٠

(لحم بتلو تقدم مع صوص الكريم وبوم فريت)

- **انتركوت مشوي مع زبدة متردوتيل** L.E ٣٨.٠٠

(لحم انتركوت تقدم شريحة دائرية مع زبدة متردوتيل والبطاطس المقلية)

- **اسكالوب بتلو** L.E ٦٠.٢٥

(لحم بتلو يقدم مع صلصة عيش الغراب وبطاطس

ومجموعة خضروات)

Meat dishes

- ***Mix Grill*** 72.00 L.E

(kabab – grilled mince – checken – mutton cutlet)

- ***Stick buaffer*** 52.25 L.E

(ontrcot meat, fried chips and vegetables sauttie – bread)

- ***Bikata ala cream*** 69.00 L.E

(young meat, cream sauce and fried chips)

- ***Ontrcot roasted with metrd hotel butter*** 38.00 L.E

(ontrcot meat with a circular metrdhotel butter and fries chips)

- ***Young meat escalope*** 60.25 L.E

(young meat with mushrooms sauce, potatoes and vegetables)

ثالثاً: أطباق الأسماك

- **فليه سمك باتيه** L.E ٣٥.٠٠

(فليه سمك وقار وبقدونس وبطاطس وليمون وبهارات)

- **فليه سمك منير** L.E ٤٥.٠٠

(سمك مخلي وزبدة وليمون وبوم فريت وبهارات)

- استاكوزا بصوص الزعفران — L.E ١٣٩.٥٠
  (سمك استاكوزا تقدم مع صوص الزعفران وبوم فريت)
- سمك دنيس مشوي — L.E ٣٢.٠٠
  (سمك دنيس ومارنيات وصوص وطماطم وليمون وبهارات)
- سمك موسى مع صوص المشروم — L.E ٣٤.٥٠
  (سمك موسى يقدم مع صوص المشروم وبوم فريت)

Fish dishes

- ***Vlih thickness baneh*** — 35.00 L.E
  (wagar evacted fish, potatoes, parsley, lemon and spices)
- ***Vlih thickness munir*** — 45.00 L.E
  (Depopulated fish, butter, lemon, spices and fried chips)
- ***Ostakouza with saffron sauce*** — 139.50 L.E
  (thickness ostakouza made with saffron sauce and fried chips)
- ***Dennis roated fish*** — 32.00 L.E
  (Dennis marnjat thickness, sauce, tomato, lemon and spices)

- ***Sole with mushroom sauce*** 34.50 L.E

(sole with mushroom sauce and fried chips)

المصاحبات

▪ أرز بيلاف	L.E 10.00
▪ أرز بالخلطة	L.E 13.00
▪ ارز صيادية	L.E 14.25
▪ ارز سي فود	L.E 15.50
▪ بوم فريت	L.E 4.25
▪ خضار سوتيه	L.E 6.50

الحلو

▪ بابا الاكريم	L.E ١٤.٥٠
▪ تورتة شيكولاتة بالمكسرات	L.E ١٧.٥٠
▪ موس شيكولاتة	L.E ١٠.٠٠
▪ كريم كراميل	L.E ٢٠.٠٠
▪ جاتوه سويسرول	L.E ١٠.٠٠
▪ سلاطة فواكه الموسم الطازجة	L.E ١٩.٠٠

Accompanying

o Bilave rice	10.00 L.E
o Rice with mixture	13.00 L.E
o Siadia rice	14.25 L.E

- Rice with sea food 15.50 L.E
- Fried chips 4.25 L.E
- Souttihe vegetables 6.30 L.E

Deserts

- Papaz with cream 14.50 L.E
- Chocolate tart with nuts 17.50 L.E
- Chocolate mousse 10.00 L.E
- Cream caramel 20.00 L.E
- Swiss roll 10.00 L.E
- Fruit salad (season fruit) 19.00 L.E

الحساء

- **حساء اليوم** ٢٥
- **حساء العدس** ٢٧

(حساء العدس مع خبز الكربتون)

- **حساء طماطم مع الكريمة** ٢٢

(حساء الطماطم مع الريحان والكريمة)

Soup

- **Soup of the day** ٢٥
- **Lentil soup** ٢٧

Lentil soup with crotons

- **Cream de tomato** ٢٢

Tomato soup with basil and cream

السلطات

Salad

- **Mix green salad**

mix of fresh green salad seasoned with vinaigrette dressing ٢٨

- **Zizinya salad**

Slice of calamari, octopuses, shrimp cooked with French lettuce with balsamic sauce ٣٥

- **Rucola salad**

Rucola with cherry tomato & pomegranate molasses ٢٨

- **Caesar salad**

Romanian lettuce with Caesar dressing, anchovies, capers-served with shaved parmesan cheese and crotons ٣٠

- **Greek salad**

Mixed vegetables with feta cheese, black olives red onion and oregano with lemon dressing ٢٥

- **Salmon salad**

Smoked salmon with Philadelphia cheese and crap ٦٢

- **Bresaola melon** ٣٠

Sliced of air-dried beef served with sweet

melon and crushed pepper

- **Mix of Lebanese mezzeh**

Baba ganosh, hummus, fatoush, tabouleh, mutable labneh ١٦

المقبلات الساخنة

- **جمبري الأخيو**

(جمبري محمر مع شرائح الثوم والفليفل الحامي والأعشاب) ٥٥

- **فرايت كيلماري**

(شرائح الكلماري المحمرة مع صوص الترتار) ٣٢

- **استميد كلاميز**

(قواقع البحر مع الثوم والطماطم والبقدونس وصوص الكريمة) ٣٠

- **بروتابلو مشروم**

(فطر البرتابلو مع لحم الكابوريا مع الجبن الموتزريلا) ٥٥

- **اسبرنج رول**

(شرائح الأسبرنج المحشية خضار تقدم مع صوص الصويا) ١٦

- **دجاج مكسيكي** ٢٥

(جوانح الدجاج المقلية والمتبلة على الطريقة المكسيكية وتقدم مع الصوص الحار)

Hot entrees

- **Shrimp'a la kia** ٥٥

Shrimp sauté with garlic, chili and herb

- **Fried Calamari** ٣٢

Deep fried calamari with tartar sauce

- **Steamed clams** ٣٠

Steamed fresh clams with garlic, cherry tomatoes, cream sauce and parsley

- **Portobello mushroom** ٥٥

Portobello mushroom with crap meat and mozzarella cheese

- **Spring roll** ١٦

spring roll stuffed vegetable serve with soy sauce

- **Mexican chicken** ٢٥

Fried chicken wings seasoned with Mexican spicy and serve with hot sauce.

السندويتشات

- كوروكو طماطم

(خبز التوست المحمص مع الجبنة السويسرية وشرائح الطماطم) ٢٠

- كراب توست

(خبز التوست المحمص مع المايونيز والخس بإضافة إلى السالمون المدخن ولحم الكابوريا) ٥٠

- دجاج علي الطريقة الأسبانية

(شرائح من صدور الدجاج مع الخرشوف والزيتون في خبز البجيت المحمص) ٢٣

- بانيني توركي مدخن

(توركي مدخن مع جبن امينتال المذابة في خبز بانيني) ٢٥

- فوكتشا بجبنة الماعز

(شرائح جبن الماعز مع الجرجير والمايونيز في خبز الفوكتشا) ٣٥

- جمبري شابتا

(جمبري المسوي مع بلح البحر وصوص الكوكتيل في خبز الشابتا) ٥٥

Sandwiches

- **Croque tomato** ٢٠

Toasted swiss cheese and tomato

- **Crab toast** ٥٠

Smoked salmon and crabmeat club sandwich

- **Spanish chicken** ٢٣

Slice of chicken breast, artichokes and olives on crispy baguette

- **Panini smoked turkey** ٢٥

Grilled panini with smoked turkey breast and melted Emmental

- **FOCACCIA goat cheese** ٣٥

Goat cheese slices, rucola and mayonnaise in focaccia bread

- **Shrimp Ciabatta** 55

Ciabatta bread stuffed shrimp, mussels cocktail sauce.

اللحوم

- **رب أي أستيك** ١٩٠

(قطعة من الضلوع المشوية)

- **تي بون أستيك** ١٨٠

(قطعة لحم من الخلفية المشوية)

- بيف تندرليون ٢٠٠
(قطعة من عرق الفلية المشوية)
- ريش بتلو ١٨٥
(٤ قطع من الرايش البتلو)
- مكيس جريل ١٢٥
(دجاج – كفتة – ريش - أستيك)

Meat

- **Rip eye stick** 190

Grilled marinated rib-eye steak with your choice of sauce

- **T bone stick** 180

Giant char grilled T-Bone steak with your choice of sauce

- **Beef tender loin** 200

Grilled Beef fillet served with pepper corn sauce

- **Veal chops** 185

Marinated and grilled veal cutlet.

- **Mix Grill** 125

Grilled marinated chicken, kofta, chops, steak

فواكه البحر

- **صيد اليوم**

(صيد اليوم من السمك الطازج المشوى على الشواية ١٢٥

يقدم مع صوص الزبده بالليمون والأعشاب)

- **جمبري جريل**

٢٦٠

(٦ قطع من الجمبري المشوى)

- **لوبيستر جريل**

٣٠٠

(أستاكوزا مسوى على الشواية)

- **ميكس سي فود**

١٧٠

(كلماري – جمبري – سمك)

Sea food

- **Catch of the day** 125

Fresh grilled fish serve with butter lemon sauce with herb.

- **Grilled shrimp** 260

6 pieces marinated and grilled unpeeled jumbo shrimps.

- **Grilled Lobster** 300

Marinated grilled headless lobster.

- **Mix sea food** 170

Grilled marinated calamari, shrimp, fish

المكرونات

- **بنا أرابيتا** ٣٨
(مكرونة قلم مع صوص الطماطم الحار)
- **تلياتلي بالدجاج** ٤٥
(تلياتي مع صوص عش الغراب والدجاج)
- **فيوتتشين بستو**
(فيوتتشين مع صوص الريحان والصنوبر والبارميزان) ٤٠
- **أسباجتي سي فود** ٥٥
(أسباجتي مع فواكه البحر وصوص الطماطم)
- **فرفلي كاربونارا**
(فرفلي مع اللحم المقدد وصوص الكريمة والبارميزان) ٥٠
- **لازانيا بالسبانخ** ٤٥
(لازانيا بالسبانخ مع صوص البولنيز)

Pasta

- **Penne arabbiata** 38
Penne with spicy tomato sauce
- **Chicken tagliatellii** 45

Tagliatelle pasta with chicken and mushroom cream sauce.

- **Fettuccine pesto** 40

Fettuccini with pesto sauce (pinenuts, parmesan cheese, fresh basil, olive oil)

- **Spaghetti sea food** 55

Spaghetti with seafood tomato sauce (calamari, shrimps and clams).

- **FarFallini Carbonara** 50

Farfallini carbonara with Beef Bacon creamy prmissan cheese

- **Spinach Lasagne** 45

Lasagna with spinach and Bolognese sauce

البيتزا

- **مارجريتا** ٤٠

(موتزاريلا وصوص طماطم بالريحان)

- **فواكه البحر** ٤٨

(فواكه البحر والموتزاريلا)

- **كواتر فورمايج** ٥٤

(موتزاريلا مع أربع جبن مختلفة الجورجونزولا – جبن الماعز – الريكوتا – بروفلون)

- سسليانا

(موتزاريلا مع البذنجان والخرشوف والمشروم والأسبراجوس) ٥٠

- فايف دايمون

(موتزاريلا أنشوجة وكابري وزيتون) ٦٠

PIZZA

- **Margarita** 40

Topped with tomato sauce, mozzarella cheese, and basil

- **Sea food** 48

Topped with mix sea food and mozzarella cheese

- **Quattro formaggi** 54

Topped with mozzarella, 4 kind of cheese gorgonzola, goat cheese, ricotta and provolone cheese

- **Siciliana** 50

Topped with egg plant, sweet peppers, asparagus & mushrooms.

- **Five diamond** 60

Topped with cappers, anchovies, and olives

الأطباق الرئيسية

- **فراخ لبناني**

(نصف دجاج مخلي على الطريقة اللبنانية يقدم مع ٦٠

الخضروات المشوية مع الريحان)

- **ريش ضاني**

(الريش المشوية المتبلة بالأعشاب وصلصة النعناع مع ١٧٠

الدمي جلاس تقدم مع البطاطس المقلية)

- **سيبس فيليه**

(شرائح سمك القاروص مع أرز زعفران وصوص ١٥٠

الفلفل)

- **جمبري كوزبارية**

(طبق الجمبري المغربي المطهي مع الخضار والزيتون ٨٣

والكزبرة والزعفران يقدم مع أرز مسلوق)

- **فيل أسكلوبيني**

(اللحم البتلو يقدم مع البطاطس المهروسة وصوص ٨٠

الليمون)

Main dishes

- **Lebanon chicken** ٦٠

Lebanon style half chicken filets serve with

grilled vegetables with basil

- **Lamb chops**

Char grilled lamb cutlet seasoned with herb, mint, and demi glace serve with French fries. ١٧٠

- **Seabees filet**

Seabees filet with saffron rice and pepper sauce ١٥٠

- **Shrimp coriander**

Moroccan shrimp dish cooked with vegetables, olives, coriander, saffron and serve with boiled rice ٨٣

- **Veal scaloppini**

Pan fried veal piccata with lemon sauce and mashed potato ٨٠

الأطباق الجانبية

- بطاطس مقلية	١٠.٥
- بطاطس مهروسة	١٧
- أرز زعفران	١٠
- أرز مسلوق	١٥
- خضار سوتيه	١٠
- خضار مشوي	٢٥

Side dish

- French fries ١٠.٥
- Mashed potatoes ١٧
- Saffron rice ١٠
- Boiled rice ١٥
- Vegetables sauté ١٠
- vegetables grill ٢٥

الحلّويات

- **تشكيلة من مخبوزات اليوم** ٢٠

(كرواسون، باتيه، دانش، خبز توست، خبز بيتا،

بيتي بان، بجيت)

- **تشكيلة من الكيكات الكاملة** ٣٥

(انجلش، مربل كيك، مافن، كب كيك)

- **ترميسو** ٤٠
- **جاتوه سواريه** ٢٥
- **تارت فواكه** ٢٨
- **تشكيلة من الحلويات الشرقية** ٤٠

(بلح الشام – كنافة – هريسة – أم على)

- الآيس كريم ١٨

(فانيليا، مانجو، شيكولاتة، فراولة)

Desert

- **Assorted of French bake** ٢٠

Croissant, bateh, Danish, toast, beta, petit pan, baguette bread

- **Assorted of whole cake** ٣٥

English, marble, muffin, cup cake

- **Tiramisu** ٤٠
- **Gateaux sorée** ٢٥
- **Fruit tart** ٢٨
- **Assorted of oriental pastry** ٤٠

  Blah el sham, konafa, haresa, om ali

- **Ice cream** ١٨

  Vanilla, mango, chocolate, strawberry

الفصل العاشر

الصناعة الفندقية وأنشطة المؤتمرات والحفلات

الصناعة الفندقية وأنشطة الحفلات والمؤتمرات

مقدمة :-

تعتبر صناعة الفنادق من أقدم الصناعات التي عرفها الإنسان وظهر الاحتياج إليها لرغبة المسافر في توفير الحماية والنوم أثناء الليل وعدم إمكانية حمل الطعام معه خلال رحلته فكان لزاماً أن يجد ما يحتاجه عبر الطريق. ومن هنا جاء تشبيه الفنادق بالمدن الصغيرة فهي تضم بين جدرانها الخدمات المختلفة من خدمة المبيت وخدمة المطاعم وأماكن الترفيه والتسلية.

ولا يوجد اصل لكلمة فندق في اللغة العربية وحيث أن لفظ فندق استمد أصله من كلمة pandokai اليونانية وهو نوع من النزل أنشئ بغرض إقامة التجار العرب الذين كانوا يحملون العطور والتوابل والبخور والحرير بالبواخر إلى المدن الأوروبية ويعودون بما يلزمهم من الحاصلات الأوروبية وكان ذلك يتطلب الإقامة لبعض الوقت في تلك المدن. ويعتبر الفندق مركزاً تجارياً وثقافياً وفنياً بفضل قاعات المؤتمرات والحفلات التي يضمها والولائم التي تقام بها ووسائل الراحة التي يوفرها والاحتياجات التي يحصل عليها العميل ولذلك يعتبر الفندق عنصر جذب هام تزداد أهميته يوماً بعد يوم وتضم صناعة الفنادق أشكال مختلفة منها الفنادق الدائمة والموسمية والنصف موسمية والفنادق المتخصصة مثل فنادق المطارات المختصة بإيواء المسافرين جواً الذين يضطرون في بعض الأحيان للإقامة لليلة أو أكثر في انتظار رحلتهم الجوية أو تأخير إقلاع الطائرة بسبب سوء الأحوال الجوية أو غير ذلك من الأسباب. ولا شك أن الولايات المتحدة الأمريكية من أولى الدول المتقدمة تقدماً ملحوظاً

في مجال صناعة الفنادق على مستوى العالم ويرجع ذلك لارتفاع مستوى المعيشة والدخل بحيث يسمح لطبقات المجتمع بالإنفاق على الإقامة بالفنادق وكذلك لطبيعة الشعب الأمريكي وشغفه بالانتقال والسفر وقد كان لموقع مصر المتميز تأثيراً كبيراً في نشأة الفنادق حيث ظهرت فكرة الفندق بمصر من خلال الرحلات التجارية التي تستغرق شهوراً وتتطلب الإقامة.

ويلاحظ أنه بوجه عام حدث كثير من التغيرات منها تقدم وسائل المواصلات وزيادة أوقات الفراغ مما خلق مجالاً خصباً للصناعة الفندقية لما يتطلب من أماكن للإقامة في الدول المستقبلة للزوار.

➢ **أهمية الصناعة الفندقية :-**

١- تعتبر الصناعة الفندقية من أكبر الصناعات توفيراً لفرص العمل.

٢- ازدهار المنطقة التي يقام فيها الفندق ومن خلال إقبال الزوار عليها وتنشيط حركة التجارة بها مثل الغردقة وشرم الشيخ والساحل الشمالي.

٣- نمو وتطور صناعات كثيرة مكملة للصناعة الفندقية مثل صناعة الأثاث وصناعات الأغذية والمشروبات.

➢ **سمات الصناعة الفندقية :-**

تتصف الصناعة الفندقية ببعض السمات المميزة عن غيرها من الصناعات تعطيها مكانة خاصة فالعاملون في تلك الصناعة يعملون وقت الراحة والأجازات ويقدمون خدمات مختلفة كخدمة الإقامة وخدمة الأغذية والمشروبات والخدمات الترفيهية وذلك يتطلب تنسيق لضمان تقديم تلك الخدمات بكفاءة حيث يعتبر مفهوم الخدمة من المفاهيم الأساسية التي يقاس على أساسها نجاح المنشأة الفندقية وتتأثر الصناعة الفندقية بالأحداث

السياسية وكذلك الظروف الاقتصادية للدول، كما يتأثر النشاط الفندقي بالموسمية ويقصد بها موسم يكون معدل الأشغال عالي كما في فصل الصيف للفنادق المطلة على الشواطئ حيث يحدث انخفاض لمعدل الأشغال في فصل الشتاء وتلك تعرف بأوقات انخفاض الطلب وهذا يتطلب إعداد برنامج شامل بأسعار مخفضة لمواجهة فترات الركود للمنشأة الفندقية.

➢ **الصعوبات التي تواجه الصناعة الفندقية :-**

تتعرض الصناعة الفندقية لكثير من الصعوبات كغيرها من الصناعات الأخرى أهمها استثمار جزء كبير من رأس المال على الأصول الثابتة (الأراضي – المباني – التجهيزات – الأثاث) وهذه تعد تكاليف غارقة، صعوبة تغير النشاط فإذا ساءت الأحوال وانخفض الطلب بسبب الظروف الاقتصادية أو السياسية لا يمكن تعويض الخسارة فالإيراد الضائع لا يمكن تعويضه على عكس الصناعات الأخرى يمكن أن يحزن المنتج لحين تحسن الأحوال، صعوبة إرضاء النزلاء حيث تختلف العوامل الثقافية والبيئية لهم فما يرضي أحد النزلاء قد لا يرضي الآخر حيث لا توجد سمات معينة يتفق عليها الجميع.

➢ **أهمية المؤتمرات والحفلات لصناعة الفنادق :-**

١-زيادة نسبة الأشغال داخل المنشأة الفندقية وتحقيق أكبر قدر من الإيرادات وبالتالي زيادة الدخل والنقد الأجنبي.

٢-ارتفاع معدلات العمالة الفندقية إلى أعلى معدلاتها مما يقلل من مشكلة البطالة.

٣-تشغيل قسم الأغذية والمشروبات بالفندق بصورة كبيرة وكذلك بيع الغرف وخدمات الفندق الأخرى.

٤-ازدهار الصورة السياحية للبلد المقام بها المؤتمر ووضعها في مكانة مرموقة على مستوى العالم الذي ينعكس بدوره على توافد كثير من السائحين وتنشيط الصناعة الفندقية.

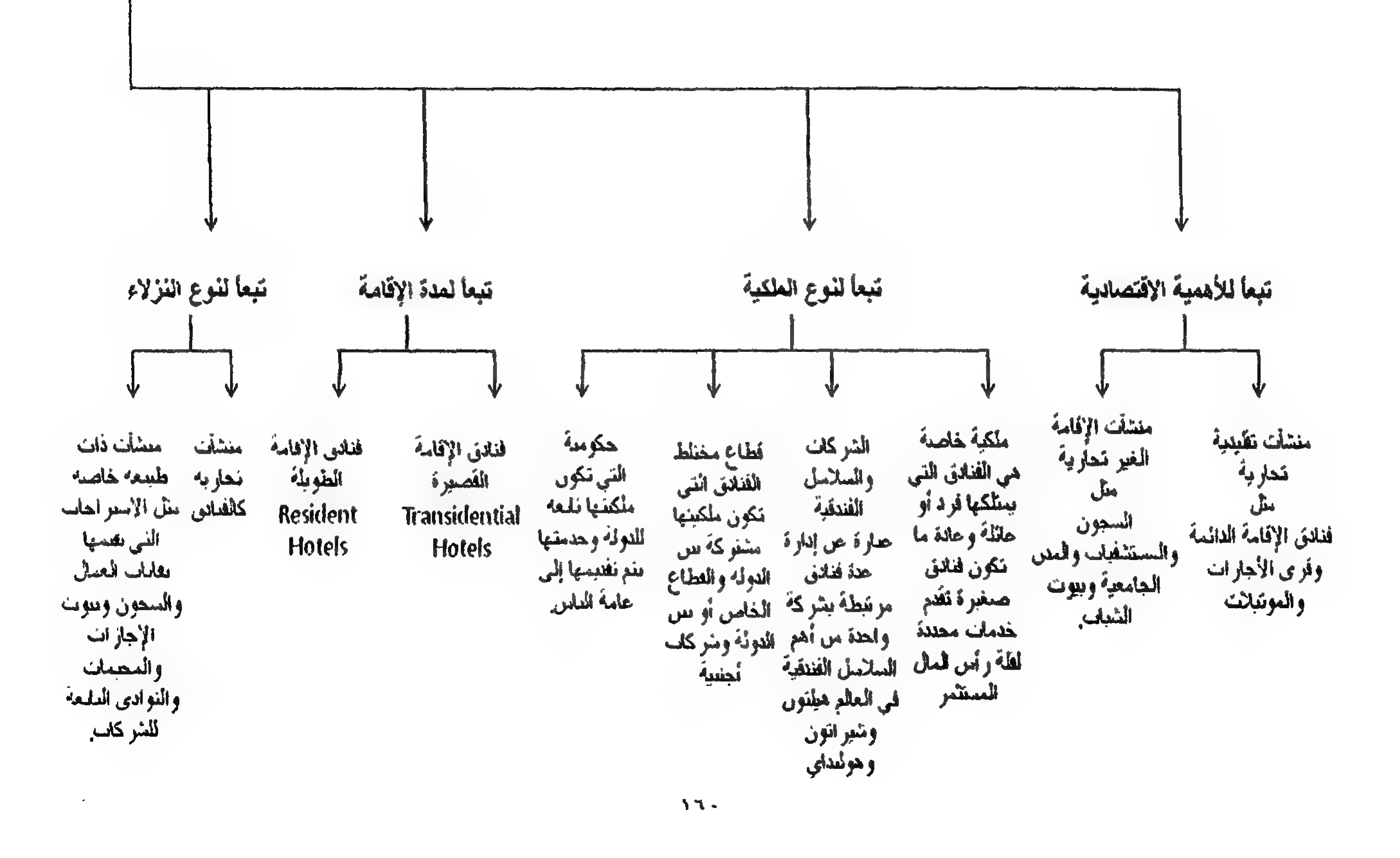
٥-أفضل وسيلة للدعاية للفندق بعد عودة المؤتمرين لبلادهم.

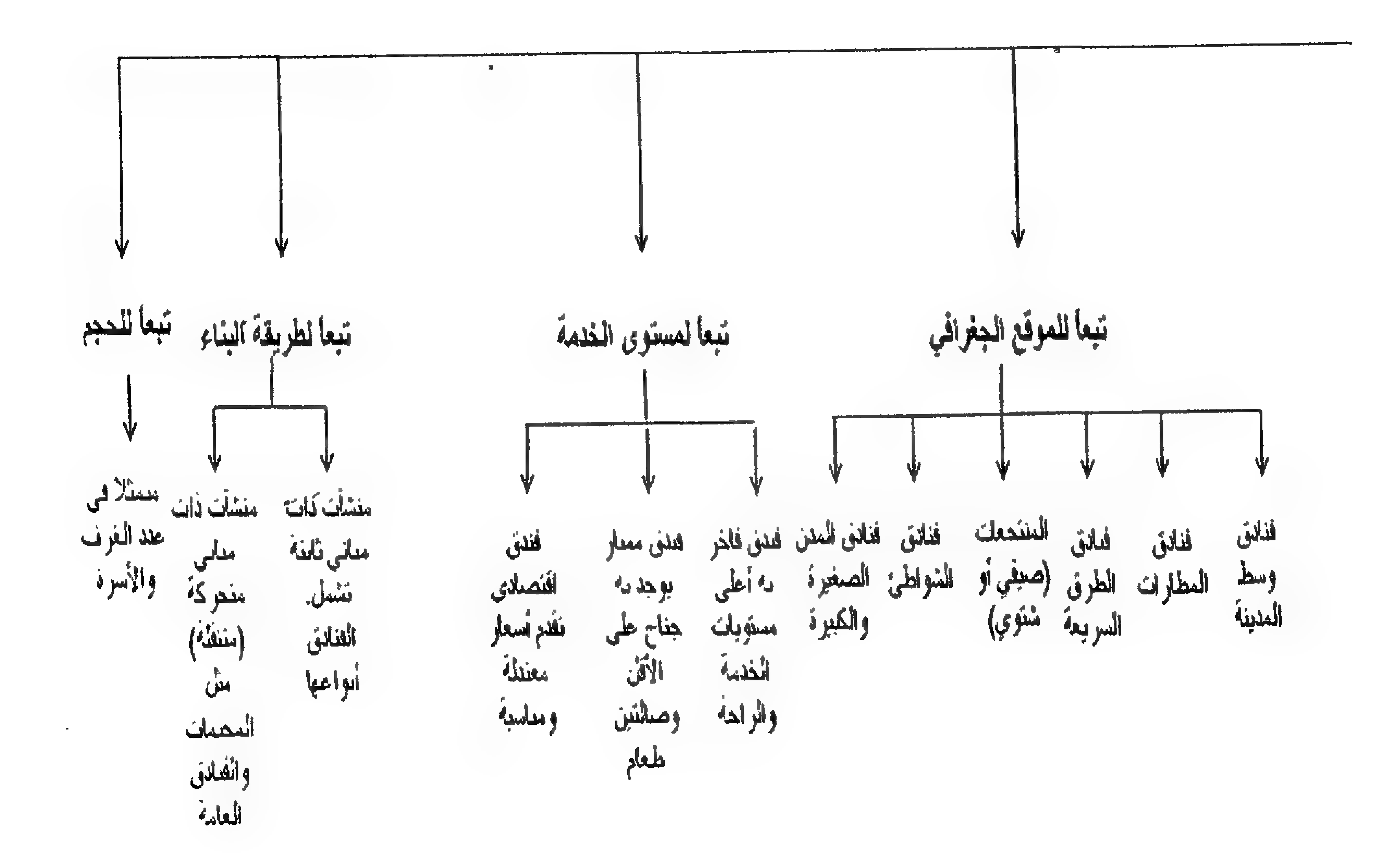
٦-خروج المدعوين للحفلات والمؤتمرات بانطباع جيد للفندق يجعلهم ضيوفاً دائمين له.

٧-حدوث رواج تجاري للفندق حيث يتمتع سائح المؤتمرات بمعدل إنفاق عالي وبالتالي يقيم في أفضل الفنادق ويشتري أحسن السلع ويرتاد أماكن الترفية والتسلية بالفندق.

٨-تعزز المؤتمرات والحفلات مكانة الفندق وتنمي علاقته بالمجتمع الخارجي.

وقد طرأ كثير من التطوير والتغير على منشآت الإقامة مما دعى إلى تصنيف منشآت الإقامة تبعاً للأهمية الاقتصادية، نوع الملكية، نوع النزلاء، الموقع الجغرافي، الأسعار، مستوى الخدمة، طريقة البناء.


تصنيف منشآت الإقامة
تبعاً للأهمية الاقتصادية
تبعاً لنوع الملكية
تبعاً لمدة الإقامة
تبعاً لنوع النزلاء
منشآت تقليدية تجارية مثل فنادق الإقامة الدائمة وقرى الأجازات والموتيلات
منشآت الإقامة الغير تجارية مثل السجون والمستشفيات والمدن الجامعية وبيوت الشباب.
ملكية خاصة هي الفنادق التي يمتلكها فرد أو عائلة وعادة ما تكون فنادق صغيرة تقدم خدمات محددة لقلة رأس المال المستثمر
الشركات والسلاسل الفندقية عبارة عن إدارة عدة فنادق مرتبطة بشركة واحدة من أهم السلاسل الفندقية في العالم هيلتون وشيراتون وهوليداي
قطاع مختلط الفنادق التي تكون ملكيتها مشتركة بين الدولة والقطاع الخاص أو بين الدولة وشركات أجنبية
حكومية التي تكون ملكيتها تابعة للدولة وخدمتها يتم تقديمها إلى عامة الناس.
فنادق الإقامة القصيرة Transidential Hotels
فنادق الإقامة الطويلة Resident Hotels
منشآت تجارية كالفنادق
منشآت ذات طبيعة خاصة مثل الأسراحات التي تقيمها نقابات العمال والسجون وبيوت الإجازات والمخيمات والنوادي التابعة للشركات.



تبعاً للموقع الجغرافي
فنادق وسط المدينة
فنادق المطارات
فنادق الطرق السريعة
المنتجعات (صيفي أو شتوي)
فنادق الشواطئ
فنادق المدن الصغيرة والكبيرة
تبعاً لمستوى الخدمة
فندق فاخر به أعلى مستويات الخدمة والراحة
فندق ممتاز يوجد به جناح على الأقل وصالتين طعام
فندق اقتصادي تقدم أسعار معتدلة ومناسبة
تبعاً لطريقة البناء
منشآت ذات مباني ثابتة تشمل الفنادق أنواعها
منشآت ذات مباني متحركة (متنقلة) مثل المخيمات والفنادق العائمة
تبعاً للحجم
ممثلاً في عدد الغرف والأسرة

وفيما يلي عرض لتقسيم المنشآت الفندقية على أساس الأسعار ونوع الخدمة التي يقدمها الفندق.

➢ أولاً تصنيف الفنادق على أساس مستوى الأسعار.

المواصفات الخاصة بتصنيف الفنادق في منطقة الشرق الأوسط حسب توصيات منظمة السياحة العالمية :-

١)فندق خمس نجوم :- -

مبنى مستقل، عدد الغرف : فندق فخم به خمسين غرفة على الأقل في الفنادق القائمة بالفعل ومائة غرفة للفنادق الجديدة، تكييف هواء مركزي يوفر درجة الحرارة المناسبة مع وجود مفتاح لضبط الحراة المطلوبة بواسطة النزيل في ميع الغرف، حمامات ودورات مياه : حمام كامل خاص في جميع الغرف (الحد الأدنى لطول المغطس ١.٦ متر)، التليفونات : هاتف بخط خارجي في جميع الغرف، نظام هاتف داخلي في جميع الغرف والصالات العامة، تسهيلات تليفون للزائرين في الأماكن العامة، تليفون في الحمامات الخاصة الكاملة، مساحة الغرف (١٦) متر مربع للغرف المزدوجة، (١٤) متر مربع للغرف المفردة وذلك بدون المدخل والشرفة والبلاكار، غرف النوم: يتكون أثاث الغرف من سراير (١×٢) متر على الأقل لشخص واحد ١ و ١.٤ × ٢ متر لشخصين، مناضد صغيرة إلى جانب السراير، تسريحة يمكن استعمالها كمنضدة للكتابة، مرآة، حامل لوضع الحقائب، دواليب للملابس، كراسي، كرسي ذو ذراعين، منضدة للقهوة، توافر أدوات الكتابة من ورق وأقلام ..إلخ في

الغرف، ثلاجة صغيرة في جميع الغرف، شرفة لكل غرفة، أجنحة خاصة متنوعة، نوافذ لها ستائر مزدوجة لتحجب الضوء والضوضاء، تتكون التركيبات الكهربائية من إنارة بمفاتيح مُنفصلة للسقف والحوض وبجانب سرير كل نزيل، مصباح للقراءة بجوار كرسي ذو ذراعين وبجوار المنضدة المخصصة للقراءة، مصاعد في حالة وجود أكثر من طابق، ويجب أن تكون هناك مصاعد مستقلة للنزلاء، وأخرى للعاملين والحقائب والخدمة، توافر إمكانية تقديم الإفطار في الغرف، صالات وقاعات عامة تتفق وسعة الفندق ومفروشة بالسجاد، يلزم تواجد خدمة غسيل وكي الملابس والتنظيف الجاف بالفندق، العاملين : يجب أن يجيد الموظفون الرئيسيون (الإداريون، موظفو الاستقبال ورؤساء خدمة الطعام والشراب ورئيسات خدمة الغرف) لغتين أجنبيتين، يجب على جميع العاملين الآخرين ممن لهم اتصال مباشر بالنزلاء والضيوف أن يكونوا على دراية كافية للتعامل معهم بلغة أجنبية (دون العربية) على الأقل، زي خاص للعاملين بالفندق، صالة طعام ومطاعم متخصصة وصالات طعام خاصة، تسهيلات ترك الحقائب (حفظ الأمتعة)، راديو وموسيقى داخلية في جميع الغرف، تليفزيون في جميع الغرف، خدمة الغرف ٢٤ ساعة، مستوى عزل ممتاز للأصوات، كافيتريا بها خدمة ٢٤ ساعة، خدمة استقبال بها خدمة ٢٤ ساعة، بار مستقل، مكان كاف لانتظار السيارات ويلزم تواجد جراج يتناسب مع حجم الفندق، مكان لبيع الكتب والمجلات ومعدات التصوير، نظام لاستدعاء النزلاء أو نظام للمخاطبة العامة، حجرات طعام وحجرات لراحة العاملين، لابد أن يكون هناك جهاز للإنذار بالحريق، وعدد كاف من أجهزة الإطفاء موزعة على الأماكن العامة وأماكن الخدمة وسلالم للخروج اضطرارياً كافية وبحيث لا تبعد أكثر من ٣٠ متر عن كل

غرفة على الأقل، توافر الخدمات الطبية العاجلة، توافر خدمة وكالة سفر وخدمة سيارات أجرة وسيارات سياحية، خدمة تلكس وتلغراف وخدمة بريدية واستبدال العملات الأجنبية، توافر المجال الآتي بيانها : محل حلاقة وصالون تجميل (للرجال والسيدات)، محل بيع الهدايا التذكارية، توافر الأماكن التالية : ملهى ليلي، صالة رقص (دسكوتيك)، قاعات الحفلات والمؤتمرات، شرفة عامة أو حديقة سطح أو حديقة، حمام سباحة، توافر أحد الأماكن التالية على الأقل، حمام ساونا، صالة للألعاب الرياضية (جمنزيوم)، مكان لمزاولة الرياضة، صناديق مستقلة بخزانة مصفحة لإيداع متعلقات النزلاء الثمينة.

٢)فندق أربعة نجوم :-

مبنى مستقل وموقع ممتاز، عدد الغرف : خمسة وعشرون كحد أدنى في الفنادق القائمة بالفعل، وخمسون كحد أدنى للفنادق الجديدة، تكيف هواء مركزي يوفر درجة الحرارة المناسبة في جميع الغرف والصالات العامة، الحمامات ودورات المياه : حمام خاص كامل في جميع الغرف (الحد الأدنى للمغطس ١.٦ متر مربع)، حجرات لحفظ المعاطف ودورات مياه للزائرين في الطوابق التي بها صالات عامة، التليفونات : تليفون في جميع الغرف للاتصال الداخلي مع إمكانية الاتصال الخارجي المباشر في جميع الغرف مع توافر تسهيلات هاتف للنزلاء في الأماكن العامة، مساحة الغرف دون (المدخل أو الشرفة) (١٤) متر مربع للغرفة المزدوجة، (١٢) متر مربع للغرفة المفردة، وذلك دون المدخل والشرفة والبلاكار، غرف النوم: تتكون من سراير (١×٢ متر على الأقل) – مناضد صغيرة إلى جانب السراير وتسريحة يمكن استعمالها

منضدة للكتابة، مرآة، منضدة لوضع الحقائب، دواليب للملابس على هيئة بلاكار، كراسي ذو ذراعين، منضدة قهوة، الغرف مفروشة بالسجاد، توافر أدوات الكتابة من ورق وأقلام..إلخ في الغرف، عدد كاف من الغرف متصلة ببعضها كما توجد بعض الأجنحة (غرف نوم + صالون + حمام خاص)، نوافذ لها ستائر سميكة مزدوجة (لتحجب الضوء والصوت)، تتكون التركيبات الكهربائية من إنارة منفصلة للسقف، حوض الاغتسال، وبجوار كل سرير مصباح للقراءة بجوار الكرسي ذو الذراعين أو منضدة الكتابة، المصاعد : إذا كان هناك أكثر من طابق لابد أن يكون هناك مصاعد مستقلة للنزلاء وآخر للخدمة، المدخل : يلزم توافر بهو رئيسي ومدخل للعاملين والحقائب، إمكانية توافر خدمة غسل الملابس والكي والتنظيف الجاف، العاملون : يجب أن يجيد الموظفون الرئيسيون (الإداريون، موظفو الاستقبال، رؤساء قسم الأغذية والمشروبات، رؤساء خدمة الغرف) لغة أجنبية واحدة على الأقل، جميع الموظفين الآخرين ممن لهم اتصال مباشر بالضيوف لابد وأن يكون لهم دراية كاملة للتعامل بلغة أجنبية (دون العربية) على الأقل، زي موحد للعاملين بالفندق، صالة الطعام : يلزم وجود صالة طعام (في حدود ٣ متر مربع نصيب الغرفة الواحدة)، تسهيلات ترك الحقائب (حفظ المتاع)، راديو أو موسيقى داخلية في جميع الغرف، صالة عامة مخصصة للتليفزيون وإمكانية الحصول على تليفزيون عند الطلب في الغرف وكثير من الدول تنصب قوانينها على وجود تليفزيون في كل غرفة، خدمة الغرف : يجب توافر خدمة الغرف ٢٤ ساعة يومياً، توفير الراحة من الضوضاء: يجب توافر مستوى عزل جيد للأصوات لضمان العزل التام، مقهى أو صالة جلوس تتوافر فيها خدمة

٢٤ ساعة، البار : يلزم توافر بار مستقل، مواقف السيارات: يجب وجود مكان متسع لوقوف السيارات، توافر مكان بيع الجرائد والكتب والمجلات، نظام الاستدعاء النزلاء أو نظام للمخاطبة العامة، حجرات لراحة العاملين، الوقاية من الحريق لابد أن يكون هناك جهاز لإنذار من الحريق وعدد كاف من أجهزة الإطفاء الموزعة في أماكن الخدمة والأماكن العامة ويلزم توفر سلالم كافية – ولا تبعد أكثر من ٣٠ متر عن كل غرفة على الأكثر، خدمة الطعام والشراب في الغرف ابتداء من وقت الفطور حتى منتصف الليل، توافر الخدمة الطبية العاجلة، توافر خدمة وكالة سفر وخدمة سيارات أجرة، خدمة تلكس وتلغراف وخدمة بريدية واستبدال العملات الأجنبية، توافر المحال الآتية بيانها :- (محل حلاقة وصالون للتجميل للسيدات والرجال، محل بيع التذكارات السياحية) ، ملهى ليلي أو صالة للرقص، صالة للحفلات والمؤتمرات، شرفة عامة أو حديقة سطح أو حديقة، حمام سباحة (من المستحسن توافره).

٣)فندق ثلاث نجوم :-

مبنى منفصل أو جزء مستقل من مبنى (يكون له مدخله الخاص)، عدد الغرف : خمسة عشرة غرفة كحد أدنى في الفنادق القائمة بالفعل وثلاثون غرفة للفنادق الجديدة، توافر التدفئة والتبريد في جميع الغرف والصالات لتوفير درجة الحرارة المناسبة والمريحة، ٧٥% من الغرف على الأقل يوجد بها حمام ومرحاض خاص، دورة مياه عامة لكل خمس غرف بدون حمام بحد أدنى اثنين بكل طابق واحد للسيدات وآخر للرجال، دورات مياه عامة للزبائن، تليفونات وجهاز توزيع للتليفونات الداخلية مع جهاز تليفون

في جميع الغرف بالإضافة إلى أن ٥٠% من الغرف يمكنها الحصول على خط خارجي وإدارة الأرقام بمعرفة النزلاء، تسهيلات للزائرين في الصالات، مساحة الغرف (١٢) متر مربع للغرفة المزدوجة ، (١٠) متر مربع للغرفة المنفردة (ذلك بدون المدخل والحمام)، تتكون مفروشات أثاث كل غرفة من سراير (الحد الأدنى للطول ١٩٠ سم) ومناضد صغيرة إلى جانب السراير، وتسريحة يمكن أن تستعمل كمنضدة للكتابة، مرآة، منضدة لوضع الحقائب، دولاب للملابس، كراسي وقطع صغيرة من السجاد بجوار كل سرير، المنافذ لها ستائر سميكة مزدوجة (لحجب الضوء والضوضاء)، تتكون التركيبات الكهربائية من إنارة بمفاتيح منفصلة للسقف وحوض الاغتسال وبجوار كل سرير مصباح للقراءة، مصعد إذا كان هناك أكثر من طابقين، توافر إمكانية خدمة الإفطار في الغرف، بهو للمدخل وصالات عامة والممرات يجب أن تكون مؤسسة بأثاث جيد وبها سجاد أو أرضيات خاصة، تجهيزات لغسيل وكي ملابس النزلاء والتنظيف الجاف، العاملون يجب أن يجيد الموظفون الرئيسيون (الإداريون وموظفو الاستقبال ورؤساء خدمة المطاعم ورئيسات خدمة الغرف) لغة أجنبية على الأقل، يجب توافر زي خاص للعاملين بالفندق، يجب توافر مطعم، يجب توافر تسهيلات ترك الحقائب (حفظ المتاع) وتوافر خدمة بريدية، موسيقى في الغرف والصالات، تليفزيون في إحدى الصالات العامة وإمكانية الحصول على تليفزيون عند طلب النزيل ذلك، خدمة الغرف تمتد ٢٤ ساعة، إمكانية جيدة لعزل الأصوات عن الغرف، خدمة الاستقبال: صالة استقبال بها خدمة ٢٤ ساعة، مقهى أو صالة جلوس، بار مستقل : يفضل توافره، مكان متسع لانتظار السيارات، توافر خدمة بيع الكتب والمجلات، نظام الاستدعاء للنزلاء، حجرات لراحة العاملين.

٤)فندق نجمتان :-

مبنى منفصل أو جزء من مبنى (القانون المصري يفضل وجود مدخل خاص إذا كان الفندق في جزء من مبنى)، عدد الغرف : عشرة غرف كحد أدنى في الفنادق القائمة بالفعل وعشرون غرفة للفنادق الجديدة، توافر دفاية أو مروحة في جميع الغرف وفقاً لحالة الجو في كل دولة، حمامات ودورات مياه ٥٠% من الغرف بها حمام خاص به مغطس وحوض ودورة مياه، حوض للاغتسال بباقي الغرف، دورة مياه تامة كاملة لكل خمس غرف على الأقل، دورات مياه عامة لكل خمس غرف بدون حمام بحد أدنى اثنين بكل طابق واحد للسيدات وآخر للرجال، كابينة تليفون في الصالة أو بالقرب منها، موزع للهاتف وهاتف داخلي لجميع الغرف. (القانون المصري يحدد أن تكون ٧٥% من الغرف على الأقل بها تليفون داخلي)، مساحة الغرف (١٢) متر مربع للغرفة المزدوجة وذلك بدون المدخل والحمام، (٩) متر مربع للغرفة المنفردة، تتكون محتويات الغرف من أثاث عبارة عن سراير (الحد الأدنى للطول ١٩٠ سم) ومناضد صغيرة إلى جانب السراير، مرآة، دولاب للملابس، كراسي وقطع صغيرة من السجاد بجوار كل سرير، يكون بالنافذة شيش أو ستائر سميكة مزدوجة (لحجب الضوء والضوضاء)، تتكون التركيبات الكهربائية من إنارة بمفاتيح منفصلة للسقف وأعلى الحوض وبجانب السرير لكل نزيل على حدى، مصعد في حالة وجود أكثر من ثلاث طوابق، خدمة الإفطار في الغرف، صالة عامة للجلوس تتسع لعدد يمثل ثلث عدد الأسرة الموجودة بالفندق على الأقل ويجب أن يتوافر بها راديو أو تليفزيون، ترتيبات الغسيل وكي ملابس النزلاء، موظفو خدمة الاستقبال يجيدون لغة

أجنبية واحدة على الأقل، مطعم، تسهيلات ترك الحقائب (حفظ أمتعة النزلاء).

٥)فندق نجمة واحدة :-

مبنى منفصل أو جزء من مبنى والقانون إلمصري يفضل وجود مدخل خاص إذا كان الفندق في جزء من مبنى، غدد الغرف : عشرة غرف كحد أدنى، دفاية أو مروحة للتهوية في جميع الغرف وفقاً لحالة الجو في كل دولة، حمامات ودورات مياه ٢٥% من الغرف بها حمام خاص ومرحاض وحوض للاغتسال في باقي الغرف، حمام كامل عام على الأقل لكل خمس غرف، دورة مياه عامة لكل خمس غرف بحد أدنى اثنين بكل طابق، واحدة للسيدات وأخرى للرجال، كابينة تليفون في الصالة أو بالقرب منها بالإضافة لهاتف بكل طابق كحد أدنى (القانون المصري ينص على تزويد ٢٥% من الغرف بتليفون داخلي)، مساحة الغرف (١١) متر مربع للغرفة المزدوجة، (٨) متر مربع للغرفة المنفردة وذلك بدون المدخل والحمام، الحد الأدنى للمفروشات بالغرف : سرير (الحد الأدنى للطول ١٩٠ سم) ومنضدة - مرآة، دولاب للملابس، كراسي ومنضدة صغيرة بجانب السرير، تتكون التركيبات الكهربائية من إنارة بمفاتيح كهربائية منفصلة للسقف وأعلى الحوض وبجانب السرير لكل نزيل داخل الغرفة، مصعد في حالة وجود أربعة طوابق بالفندق، خدمة الإفطار في الغرف وإذا لم تتوافر يلزم توافر صالة لتناول الإفطار، صالة عامة للجلوس بها راديو أو تليفزيون تتسع لاستيعاب ثلث العدد الكامل لنزلاء الفندق على الأقل، ترتيبات لغسيل ملابس النزلاء وكيها، موظفو للاستقبال ممن يجيدون لغة أجنبية واحدة على الأقل.

☜ **شروط عامة مشتركة لجميع الدرجات :-**

توافر المهارات الفنية في العاملينِ وفق الاشتراطات والقواعد التي تضعها سلطات السياحة الوطنية، تأكيد المستويات اللائقة بالنسبة للتركيبات والتشطيبات الداخلية، يؤخذ في الاعتبار مستوى الخامات، سواء كان ذلك لمواد البناء وتشطيباتها أو في تصنيع الأثاث والمفروشات، مختلف أعمال الزخرفة والتنسيق الداخلي وكذلك فيما يتعلق بالأدوات والمعدات الأخرى في المطبخ أو في صالات الطعام والقاعات الأخرى ونوعيات البياضات المختلفة للأسرة والموائد (مفارش وملاءات)، كفاية التجهيزات والتركيبات وسعة ورحابة المساحات المتعلقة بالأماكن العامة والأماكن المتخصصة للعاملين (طعام – استبدال ملابس – راحة – مبيت – حمامات – دورات مياه .. إلخ) وذلك بالنسبة لكل درجة من الدرجات، توافر المياه الجارية الباردة والساخنة في جميع الغرف، توفير درجة حرارة مناسبة داخل الغرف ويجب أن يتم حساب تجديد الهواء بالغرفة من مرة إلى خمسة مرات كل ساعة، توفير خدمة إرسال الخطابات، توفير الأدوات اللازمة للإسعافات وأدوات لمكافحة النيران وتركيبات كهربائية مأمونة وذلك بجميع فئات الفنادق كما يجب توافر الخدمة الطبية من طبيب وممرض وذلك في فنادق الأربع والخمس نجوم، ومن المفضل توافرها في فئات الفنادق الأخرى حسب حجمها وقد يكتفي باستدعاء الطبيب وقت اللزوم، خزانة لاستعمال النزلاء، يجب أن يوضع شدة التيار الكهربائي على جميع الأكباس الكهربائية (المخارج الكهربائية) المخصصة للحلاقة، دورات مياه عامة للضيوف بالقرب من الصالات العامة، دورات مياه وحمامات مستقلة للعاملين، جرس للاستدعاء في جميع الغرف وكبس لاستعمال ماكينة الحلاقة بجوار حوض الاغتسال، العاملون: توفير عدد

من العاملين ذوي المستوى المناسب لأداء الخدمة لكل درجة، شهادة صحية لجميع العاملين بالفنادق.

- **ثانياً تصنيف الفنادق على أساس نوع الخدمة التي تقدمها.**

- **الفندق التقليدي :-**

يمثل الشكل المتعارف عليه للفنادق، يتكون من أقسام متخصصة تعمل في تناسق كوحدة واحدة لخدمة المجموعات الكبيرة لذا يضم عدد كبير من الغرف بالإضافة للمطاعم والمحلات المختلفة وقاعات الحفلات الضخمة والأجنحة الضخمة ؛ رواد هذا النوع من الفنادق يمتازون برغبتهم في البعد عن روتين العمل والاستمتاع وتحتاج تلك الفنادق إلى إدارة محترفة قادرة على تحقيق الربح وتعظيم الاستثمار.

- **فنادق رجال الأعمال :-**

تم إنشاء مثل هذا النوع من الفنادق لجذب شريحة رجال الأعمال الذي يتطلب عملهم كثرة السفر والتنقل وتقدم تلك الفنادق مستوى فاخر من الخدمة يتماشى مع المكانة الاجتماعية المتميزة لرواده حيث يحتوي على غرف متسعة بها مكتب وعدد من الكراسي المريحة لاستقبال الضيوف ولقاء العملاء وإمكانية إجراء اتصالات لإنجاز الأعمال كما يضم عدة مطاعم وقاعات حفلات واجتماعات ويقدم خدمات الغسيل والكي بجانب الخدمات الترفيهية والصحية والملاعب الرياضية ومن أبرز الأمثلة على إنشاء فنادق خاصة برجال الأعمال هوسلسلة الفنادق التي أقامتها شركة ماريوت للفنادق داخل الولايات المتحدة الأمريكية لجذب تلك الشريحة حيث يتكون الفندق من طابقين يحتوي على حوالي ١٥٠ غرفة ومطعم بطاقة ٩٠ شخص.

- **فنادق الأجنحة :-**

يتواجد مثل هذا النوع من الفنادق في المناطق التجارية بالمدينة وفي العادة فإن النزلاء عادة ما يكونوا سائحين مع عائلاتهم تمتد إقامتهم لفترات طويلة نسبياً. وتلك الفنادق عبارة عن شققاً مفروشة تتفاوت في الحجم من غرفة إلى غرفتين أو ثلاثة ويوجد بها مطبخ يتفاوت في سعته تبعاً لحجم الشقة. وتنحصر خدمات إدارة هذه الفنادق في مكتب استقبال به موظف للرد على الاستفسارات وتحويل المكالمات التليفونية وتأجير الوحدات. كما يوفر لنزلائه خدمة تنظيف الشقق ورفع المخلفات وذلك ضمن تكاليف الإيجار حيث يمتاز هذا النوع من الفنادق بانخفاض أسعاره.

- **الموتيلات :-**

يعد هذا النوع لاستقبال السائحين العابرين بسيارتهم يحتاجون للإقامة لليلة أو اثنين ويتكون عادة من دور واحد أو دورين على الأكثر به غرف نمطية أثاثها مريح وبسيط ويوجد مكان لانتظار السيارات أمام الغرف المخصصة للنزلاء وبها كافيتريا قرب المدخل تطل على الطريق العام تضم ماكينات العصائر المثلجة وقد يحتوي الموتيل على حمامات سباحة ويشرف على عملية التسكين والمحاسبة شخص واحد في مكتب الاستقبال ولا تقدم تلك الموتيلات وجبات طعام.

- **الفنادق العلاجية :-**

ظهر مثل هذا النوع من الفنادق نتيجة لظهور العديد من الأمراض العضوية والضغوط النفسية الناتجة من العمل حيث يتم إنشاؤه في مناطق يتوفر فيها مقومات طبيعية تساعد على العلاج تمتاز بالهواء الجاف أو قربها من الينابيع المعدنية والكبريتية ويستطيع فيها النزيل

ممارسة الأنشطة الرياضية والثقافية والقيام برحلات إلى الأماكن السياحية والأثرية والتعرف على البيئة المحيطة به.

- **فنادق المؤتمرات :-**

تتواجد داخل المدن الكبرى أو بالقرب منها تعتمد اعتماداً كلياً على خدمة المؤتمرات والاجتماعات تشتمل على قاعات مجهزة لمثل هذا النوع من النشاط تضم معدات عرض سمعية وبصرية ومؤثرات صوتية وضوئية وأجهزة للترجمة الفورية وكذلك مكاتب للبنوك وشركات الطيران والسياحة ويتوافر بها هيئة موظفين متخصصين يطلق عليهم منسقي المؤتمرات أو مديري خدمة المؤتمرات وفي السنوات الأخيرة اتجهت كثير من الفنادق التقليدية لزيادة الربحية إلى استغلال قاعات الحفلات والتي تستخدم في المساء فقط إلى قاعات لخدمة المؤتمرات.

- **فنادق الشباب (بيوت الشباب) :-**

تستقبل تلك المنشآت النزلاء من الشباب في إطار خال من الترف والفخامة مع تقديم المعلومات السياحية والثقافية على الموقع الذي تقام فيه وتشتمل بيوت الشباب على مكتبات وقاعات لتسهل التعارف بين النزلاء، وأيضاً غرف للنوم لشخصين أو أكثر مع بساطة الأثاث وعادة لا تقدم وجبات طعام.

قواعد تقييم المنشآت الفندقية:-

أ. المنشآت الفندقية يقصد بها المنشآت الإيوائية التي تقدم خدمات النوم والخدمات المعيشية والترويحية بكافة أشكالها؛ ومن المتفق عليه أن جودة الخدمة هي أساس العمل الفندقي؛ كما ان توافر البنية

والتجهيزات والإمكانات يمثل الجناح الثاني الذي يتم بناءاً على مستواهما تحديد الدرجة الفندقية.

ب. سيتم تحديد جودة الخدمة اعتمادا على نظام مراقبة الجودة بالزيارات غير المعلنة " Mystery Shopper "؛ كذا تقييم النواحي الصحية والوقائية؛ وتنفذه غرفة المنشآت الفندقية بالاشتراك مع وزارة السياحة والجهات المتخصصة في هذا النشاط؛ وذلك بعد مرور ستة شهور على بدء تشغيل المنشأة الفندقية.

ج. لقد روعي أثناء وضع قواعد التقييم الجديدة وجود منشآت فندقية تضم ما يزيد عن ١٧٥ ألف غرفة؛ تم فعلاً تقييم غالبيتها؛ ومن هنا اقترحنا احتفاظ هذه المنشآت الفندقية التي صدرت الموافقة المبدئية بإقامتها بدرجتها الفندقية دون تغيير؛ أما المنشآت الفندقية التي يتم تقييمها طبقاً للقواعد الجديدة؛ فسيتم إضافة حرفي (م.ج) وتعني مواصفات جديدة (N.N) وتعني (New Norms).

د. ومن المتفق عليه أن المنشآت الفندقية التي سبق وأن تم تقييمها خلال فترات سابقة على صدور قواعد التصنيف الجديدة؛ يمكنها التقدم بطلب تقييم جديد بناءاً على المواصفات الجديدة؛ وفي حالة توافرها تحصل على الدرجة الفندقية مضافاً إليها علامة (م.ج) مواصفات جديدة (N.N) (New Norms).

لقد روعي في مواصفات التقييم الجديد وضع مبادئ تكفل الآتي:-

١- الأساسيات التي تتصل مباشرة براحة النزلاء وتقديم خدمة متميزة وبجودة عالية.

٢- أن تكون المواصفات الواردة هي الحد الأدنى الذي لا يجوز النزول عنه، مع ترك المجال لمن يرغب في تقديم الأفضل.

٣- إدخال العديد من التعديلات على المواصفات السابقة، بما يحقق مرونة أكبر في مرحلة الإنشاء، كما يسهل وييسر عملية التشغيل فيما بعد ... مثال ذلك عدم تحديد حد أدنى لعدد الغرف في كل درجة.

٤- كما تم إضافة تقييم جودة الخدمات، طبقا لنظام تقييم عالمي باشتراك غرفة المنشآت الفندقية ووزارة السياحة، على أن يتم التقييم بواسطة شركات عالمية متخصصة، ويتم التقييم أول مرة بعد بدء تشغيل المنشأة الفندقية بمدة ستة شهور، ويمثل هذا التقييم نسبة ٣٠% من درجة التقييم الكلية.

٥- كما روعي توفير المرونة في أسلوب التقييم، والبعد تماماً عن التقدير ووجهات النظر الشخصية للقائم على التقييم، وذلك بتحديد درجة لكل عنصر من عناصر التقييم، فإما أن العنصر متوفر فيحصل على الدرجة، أو غير متوفر فلا يحصل على الدرجة ... وفي النهاية فإن المنشأة الفندقية الحاصلة على ٨٠% من درجات البنية الأساسية والتجهيزات بالإضافة إلى ٨٠% من تقييم مستوى الجودة، للفئة المطلوب التقييم على أساسها تحصل عليها، ويحقق هذا النظام الشفافية الكاملة، كما يمنع اللجوء إلى طلب الاستثناء، وفي حالة توافر البند الأساسي يتم منحه للدرجة الأساسية بالكامل، والعكس في حالة عدم وجوده يتم حذفه بالكامل، أما البنود الفرعية لكل بند أساسي ففي حالة عدم توافرها يتم خصم درجتها من نقاط البند الأساسي، ويمكن أن تكون محصلة درجات البند الأساسية والفرعية بالسالب.

يتم الأخذ في الاعتبار ما يلي:-

١. تعرض قرارات لجنة التقييم التي يشارك فيها ممثلي غرفة المنشآت الفندقية على رئيس قطاع الفنادق والقرى السياحية ورئيس مجلس إدارة غرفة المنشآت الفندقية للموافقة عليها قبل التصديق عليها من السيد الوزير.
٢. في حالة التظلم من درجة التقييم، يعرض التظلم على لجنة التظلمات المختصة وفقاً لأحكام القانون رقم ١ لسنة ١٩٧٣، في شأن المنشآت الفندقية والسياحية، وقرارات وزير السياحة المنظمة.
٣. يعمل بهذا التصنيف تنفيذا للقرار الوزاري رقم ٤٣٩ لسنة ٢٠٠٦ الصادر بتاريخ العاشر من شهر أكتوبر لعام ٢٠٠٦.

بعد الاطلاع على القانون رقم ١ لسنة ١٩٧٣ في شأن المنشآت الفندقية والسياحية وتعديلاته. وعلى القرار الوزاري رقم ٢٦ لسنة ١٩٨٢ بقواعد تصنيف الفنادق السياحية. وعلى القرار رقم ٨٠ لسنة ١٩٨٩ بقواعد تصنيف قرى الأجازات الشاطئية. وعلى القرار رقم ٨٠ لسنة ١٩٩٠ بقواعد تصنيف الفنادق العائمة.

يعمل بقواعد تصنيف الفنادق السياحية بدرجتها المختلفة الموضحة بالجداول المرفقة على الفنادق السياحية التي يصدر لها موافقات مبدئية بالإنشاء اعتباراً من تاريخ صدور القرار.

الفنادق الجديدة التي يتم تصنيفها طبقاً للتصنيف الموضح بالجداول المرفقة بهذا القرار تحصل على درجتها الفندقية مع إضافة حرفي م.ج (أي مواصفات جديدة) N.N (New Norms) للتفرقة بينها وبين الفنادق طبقاً للتصنيف السابق.

يعمل بهذا القرار اعتباراً من تاريخ صدوره وعلى الجهات المختصة تنفيذه ويلغي كل ما يتعارض معه من قرارات.

مزايا التصنيف الجديد:-

أ. يتفق والاتجاه العالمي نخو الاهتمام بجودة الخدمة.

ب. شمول التقييم على عاملين رئيسيين وهما؛ تقييم البنية الأساسية والتجهيزات؛ كذا تقييم جودة الخدمة الفندقية.

ج. لا مجال لتدخل العامل الشخصي للمفتش.

د. غياب بند أساسي أو عدم مطابقته للتصنيف لا يؤدي بالضرورة إلي رفض منح درجة التقييم المطلوبة؛ ولكن تخضع درجة التقييم إلى ضرورة الحصول على الحد الأدنى (٨٠%).

ه. توفر بنود لكل درجة فندقية؛ خاصة في جودة الخدمة لن يسمح بتدني الأسعار؛ وسيحقق عدالة التوزيع بين الدرجات الفندقية.

و. أخذ في الاعتبار أنماط جديدة من الفنادق (البوتيك)؛ كما أنهى التفرقة بين القرى السياحية وفنادق الإجازات السياحية.

أسلوب تطبيق التقييم الجديد:-

أ. يتم التقييم على مرحلتين:-

١. **تقييم البنية الأساسية والتجهيزات:** (المبنى – مكونات المنشأة الفندقية – التجهيزات.. إلخ)، ويتم خلال ثلاثة شهور من تاريخ التشغيل.

٢. **تقييم مستوى الخدمة:** (الزيارات غير المعلنة – النواحي الصحية والوقائية): ويتم خلال ستة شهور من تاريخ التشغيل.

ب. تخصيص درجات التقييم:-

١. يخصص ٧٠% من درجات التقييم للبنية والتجهيزات.

٢. يخصص ٣٠% من درجات التقييم لمستوى الخدمة.

٣. يجب أن يحصل الفندق على ٨٠% من درجات التقييم للبنية والتجهيزات كحد أدنى، وأيضاً ٨٠% بالنسبة لدرجات تقييم مستوى الخدمة كحد أدنى، (٨٠% كل على حده، دون الجمع للحصول على ٨٠%).

ج. بنود التقييم وتخصيص الدرجات:-

مثال:-

الفنادق الثابتة: يتم تقييم عدد ٤٨ بند لكل فئة فندقية، بإجمالي ٢٠١ درجة أساسية، ١٩٣ درجة فرعية.

الفنادق العائمة: يتم تقييم عدد ٢٧ بند لكل فئة فندقية، بإجمالي ٣٥٠ درجة أساسية، ١٩٣ درجة فرعية.

د. كيف يتم تقييم البند الواحد في البنية الأساسية والتجهيزات:-

١) **البند الأساسي** (المبنى – الغرف – المطاعم – الاستقبال.. إلخ)، تحدد له درجة أقصاها ٦ نقاط.

٢) البند الأساسي قد يضم عددا من البنود الفرعية، ولكل منها درجة بحد أقصى ٦ درجات، وفي حالة وجودها لا تضاف درجتها إلى المجموع، أما في حالة عدم توافر البند الفرعي يتم خصم درجته من الدرجة الأساسية للبند، وقد يؤدي عدم توافر البنود الفرعية إلى حصول البند على درجة سلبية.

ه. تقييم مستوى الخدمة:-

١) يتم التقييم من خلال نظام الزيارات غير المعلنة، كذا تقييم النواحي الصحية والوقائية.

٢) يتولى التقييم جهات متخصصة، تحت إشراف غرفة المنشآت الفندقية ووزارة السياحة.

و. على من يطبق التقييم الجديد:-

- على كل منشأة فندقية حصلت على موافقة مبدئية بعد العاشر من شهر أكتوبر لعام ٢٠٠٦.
- على كل منشأة فندقية ترغب في الحصول على درجة أعلى من المصنفة عليها حالياً.
- على كل منشأة فندقية ترغب في الحصول على درجتها الحالية، ولكن طبقا للمواصفات الجديدة.

١) سيتم تقييم جودة الخدمة الفندقية بناءً على عاملين:-

أ. تقييم النواحي الصحية والغذائية، وتقاس من خلال:-

١. مراجعة تجهيزات المطابخ والمخازن والمنطقة الخلفية، للوقوف على مدى كفاءتها وضمان استمرار تعقيمها ونظافتها وصلاحيتها للتخزين وإعداد وتجهيز الأغذية والمشروبات.

٢. مراجعة كافة الاشتراطات الصحية والبيئية، وذلك من خلال تقييم صحي شامل لكل ما يتعلق بالنواحي الغذائية وكافة الإجراءات الوقائية الصحية بجميع مرافق الفندق.

بَ. تنفيذ الزيارات غير المعلنة:-

ويتم تنفيذها في توقيتات غير معلن عنها، ويتم من خلال قياس مستوى الأداء والخدمات التي يقدمها الفندق للنزيل، طبقاً للبنود التالية:-

١)خدمة الحجز(وتتضمن ٣٠ بندا)

٢)الخدمة خارج المنشأة الفندقية وأماكن الانتظار (وتتضمن ٧ بنود)

٣)الاستقبال (وتتضمن ٢٢ بندا)

٤)الغرف (وتتضمن ٥٩ بندا)

٥)خدمة الغرف (وتتضمن ٢٣ بندا)

٦)قاعات الطعام (وتتضمن ٥٤ بندا)

٧)المناطق العامة (وتتضمن ٣٠ بندا)

٨)المغادرة(وتتضمن ٣١ بندا)

٢) **تمثل جودة الخدمة الفندقية نسبة ٣٠% من إجمالي التقييم،** ويشترط الحصول على نسبة ٨٠% من إجمالي النسبة المخصصة لذلك (٣٠%).

٣) **بالنسبة لمراجعة تجهيزات المطابخ والمخازن والمنطقة الخلفية** منطقة الاستلام والتسليم والاشتراطات الصحية والبيئية، فإن ذلك سوف يتم عن طريق تشكيل لجان مشتركة من الوزارة والغرفة، مع الاستعانة بالجهات المتخصصة في هذا المجال للوقوف على المستوى المتوفر بالمنشأة الفندقية، ومنحه الدرجة التي تناسبه في هذا الخصوص، حيث أن هذا البند يمثل (٥٠%) من نسبة الـ (٣٠%) المخصصة لذلك (١٥%).

٤) **الزيارات غير المعلنة،** تتم عن طريق الوزارة والغرفة وباشتراك الجهات المتخصصة في هذا المجال، طبقا لبرنامج غير معلن لقياس

مستوى الإدارة والخدمة المقدمة بالمنشأة الفندقية، طبقا للبنود الموضحة فيما بعد، وهذا الجزء يمثل نسبة (٥٠%) من نسبة الـ (٣٠%) المخصصة لذلك (١٥%).

مع ملاحظة أنه لم تشمل قائمة بنود مراجعة جودة الخدمة الفندقية التقييم بالنسبة للمنشآت الفندقية فئات نجمتين ونجمة واحدة.

تسري أحكام هذا القانون على المنشآت الفندقية والسياحية. وتعتبر منشأة فندقية في تطبيق أحكام هذا القانون الفنادق والبنسيونات والقرى السياحية والفنادق العائمة والبواخر السياحية، وما إليها من الأماكن المعدة لإقامة السياح، وكذا الاستراحات والبيوت والشقق المفروشة التي يصدر بتحديدها قرار من وزير السياحة.

وتعتبر منشأة سياحية في تطبيق أحكام هذا القانون الأماكن المعدة أساساً لاستقبال السياح لتقديم المأكولات والمشروبات إليهم لاستهلاكها في ذات المكان كالملاهي والنوادي الليلية والكازينوهات والحانات والمطاعم، والتي يصدر بتحديدها قرار من وزير السياحة. كذلك تعتبر منشاة سياحية وسائل النقل المخصصة لنقل السياح في رحلات برية أو نيلية أو بحرية والتي يصدر بتحديدها قرار من وزير السياحة.

لا يجوز إنشاء أو إقامة المنشآت الفندقية والسياحية أو استغلالها أو إدارتها إلا بترخيص من وزارة السياحة طبقاً للشروط والإجراءات التي يصدر بها قرار من وزير السياحة.

وتؤول إلى وزارة السياحة الاختصاصات المنصوص عليها في القانون رقم ٣٧١ لسنة ١٩٥٦ في شأن المحال العامة والقانون رقم ٣٧٢

لسنة١٩٥٦ في شأن الملاهي بالنسبة إلي تلك المنشآت، ومع ذلك تحدد الشروط والمواصفات الهندسية والإنشائية التي يجب توافرها في المنشآت المذكورة بقرار من وزير الإسكان والتشييد بعد موافقة وزير السياحة.

كما تحدد شروط ومواصفات الفنادق العائمة والبواخر السياحية بقرار من وزير النقل بعد موافقة وزير السياحة.

لا يجوز مزاولة ألعاب القمار في المنشآت الفندقية والسياحية إلا لغير المصريين وبقرار من وزير السياحة. ويحدد القرار المنشآت الفندقية والسياحية التي يجوز لغير المصريين مزاولة ألعاب القمار فيها وشروطها والإتاوة التي تستحق عليها بما لا يجاوز نصف إيرادات ألعاب القمار. على أنّ يقتصر دخول الأماكن التي تزاول فيها تلك الألعاب على غير المصريين وأن يكون التعامل فيها بالعملات الأجنبية التي يصدر بتحديدها قرار من وزير الاقتصاد والتجارة الخارجية.

لا يجوز للمنشآت الفندقية والسياحية أن تتخذ أسماء أو أوصافاً أو عناوين غير ما هو مبين في التراخيص الصادر لها من وزارة السياحة.

يعفى ما يستورد من الفنادق العائمة والبواخر السياحية من الضرائب والرسوم الجمركية، كما تعفي من هذه الضرائب والرسوم والمستلزمات التي تستورد لبناء أو تجهيز أو تجديد المنشآت الفندقية أو السياحية. ويصدر بالإعفاء قرار من وزير الخزانة بناء على اقتراح وزير السياحة.

ولا يجوز التصرف في الأشياء المستوردة طبقاً للفقرة السابقة إلا بموافقة وزير السياحة.

القانون رقم ٦٥ لسنة ١٩٧١ ألغى بالقانون رقم ٤٣ لسنة ١٩٧٤ بإصدار نظام استثمار المال العربي والأجنبي والمناطق الحرة. وقد عدل الأخير بالقانون رقم ٣٢ لسنة ١٩٧٧. مضافة بالقانون رقم ١٠٢ لسنة ١٩٩٣ المنشور بالقرار رقم ١٣ جريدة رسمية بتاريخ ١٩٩٣/٤/١ وقد نص في المادة الثانية منه على أن (يسري حكم المادة السابقة على المنشآت الفندقية والسياحية التي أكفيت وفقاً للمادة (٥) من القانون رقم ١ لسنة ١٩٧٣ المشار إليه، ويكون الإعفاء مقصوراً على المدة المتممة للعشر السنوات، وتحسب اعتباراً من تاريخ العمل بهذا القانون.

يحدد وزير السياحة بقرار منه الشروط الواجب توافرها في العاملين بالمنشآت الفندقية أو السياحية بالإضافة إلي تلك الواردة في قانون العمل أو في قانون نظام العاملين بالقطاع العام، كما يحدد نظم العمل في تلك المنشآت تنظيم العلاقة بين العملاء ومستغلي المنشآت الفندقية والسياحية

يحدد وزير السياحة بقرار منه الالتزامات الأساسية التي يجب على مستغلي المنشآت الفندقية أو السياحية إتباعها في علاقتهم بالنزلاء أو المترددين على المنشأة. كما يحدد قواعد ونظام أولوية حجز الغرف والإقامة بالمنشآت الفندقية بالنسبة لكل المنشآت أو بعضها. ويجب على مستغل كل منشأة فندقية أو سياحية إخطار وزارة السياحة باسم المسئول عن إدارة المنشأة وبأي تغيير يطرأ في هذا الشأن فور وقوعه.

لا يجوز للمسئولين عن إدارة المنشآت الفندقية عند قيامهم بتسجيل أسماء النزلاء الأجانب لدى الجهات المختصة طبقاً للقوانين الخاصة بذلك أن يحصلوا على أي مقابل عن قيامهم بهذا التسجيل.

لا يجوز مطالبة النزيل بمقابل يزيد على الأسعار المقررة طبقاً لهذا القانون كما لا يجوز الامتناع عن تقديم الخدمة للنزيل بتلك الأسعار.

تقسم المنشآت الفندقية والسياحية إلي درجات، ويتم تصنيفها في الدرجة المناسبة طبقاً للقواعد التي يحددها وزير السياحة.

يحدد وزير السياحة أسعار الإقامة ورسم الدخول والارتياد وأسعار الوجبات والمأكولات والمشروبات وغيرها من الخدمات التي تقدمها المنشأة وذلك دون التقيد بأحكام قوانين التموين والتسعير الجبري وتحديد الأرباح .

ويتم تحديد الأسعار المشار إليها بناءاً على طلب كتابي من مستغلي المنشأة أو المسئول عن إدارتها ويتضمن مقترحاته في هذا الشأن، ويقدم الطلب إلى الوزارة قبل مزاولة المنشأة نشاطها، ويجب إخطار صاحب الشأن بقرار الوزير خلال شهر من تاريخ تقديم الطلب.

لمقدم الطلب الاعتراضي على قرار تصنيف وتحديد الأسعار خلال خمسة عشر يومياً من تاريخ إخطاره به بعد أداء رسم قدره خمسة جنيهات.

وتفصل في الاعتراض لجنة تشكل بقرار وزارة السياحة على أن تضم عضوين من مستغلي المنشآت الفندقية والسياحية أو المسئولين عن إدارتها.

وعلى اللجنة البت في الاعتراض خلال ثلاثين يومياً من تاريخ وروده ولا يكون قرار اللجنة نافذاً إلا بعد اعتماده من وزير السياحة.

ولا يترتب على الاعتراض وقف العمل بالقرار المعترض عليه، فإذا أنقضى الميعاد المشار إليه دون صدور قرار اللجنة أعتبر التصنيف

والأسعار التي طلبها المعترض نافذة إلى أن يصدر القرار بالبت في الاعتراض على الوجه المتقدم.

لمستغلي المنشآت الفندقية والسياحية والمسئولين عن إدارتها أن يطلبوا خلال شهر مارس من كل عام إعادة النظر في درجة المنشأة وفي الأسعار المحددة وذلك وفقاً للإجراءات التي يحددها وزير السياحة بقرار منها. ولوزير السياحة إجراء هذا التعديل في أي وقت إذا قامت أسباب جدية توجبه.

على مستغلي المنشآت الفندقية والسياحية والمسئولين عن إدارتهم وضع العلامة المميزة لدرجة المنشأة في مكان ظاهر وبالشكل الذي يحدده وزير السياحة بقرار منه.

وعليهم الإعلان عن الأسعار المحددة للمنشأة في مكان ظاهر بقوائم واضحة بالغة العربية إحدى اللغتين الإنجليزية أو الفرنسية وتكون هذه القوائم مختومة بخاتم وزارة السياحة. ويجب بالنسبة للمنشآت الفندقية وضع هذه القوائم في الغرف وفي قسم استقبال النزلاء.

على مستغلي المنشآت الفندقية أو المسئولين عن إدارتها إخطار وزارة السياحة في الأسبوع الأول من كل شهر في كتاب مسجل مصحوب بعلم وصول ببيان عن النزلاء في الشهر السابق، ويجب أن يكون البيان مطابقاً للكشوف اليومية الواجب إرسالها إلي قسم الشرطة الذي تقع المنشأة في دائرته، كما يجب أن يشتمل هذا الأخطار على جميع البيانات المنصوص عليها في المادة ٢٨ من القانون رقم٣٧١ لسنة ١٩٥٦ في شأن المحال العامة، كما يجب أن يتضمن مجموع الليالي التي أقامها كل نزيل من السياح والجهات المغادر إليها.

على الأشخاص المشار إليهم في المادة السابقة أن يمسكوا دفتراً مسلسل الصفحات تقيد فيه طلبات حجز الغرف وتكون كل صفحة من صفحاته مختومة بخاتم وزارة السياحة ويحدد وزير السياحة بقرار منه نموذج الدفتر وصفحاته وإجراءات إمساكه.

على الأشخاص المشار إليهم في المادة ١٦ إثبات عدد الأسرة الخالية والمشغولة التي يتم حجزها في لوحة تعلق في مكان ظاهر بقسم استقبال النزلاء.

كما يجب أن يعلق بقسم استقبال النزلاء وفي داخل كل غرفة ملخص باللغة العربية وأحدى اللغتين الإنجليزية أو الفرنسية للقواعد الخاصة بحجز الغرف والإقامة وأولويات طلبات الحجز.

على مستغلي المنشآت الفندقية والسياحية والمسئولين عن إدارتها مراعاة صحة البيانات الواجب أثباتها في الدفاتر والإيصالات وغيرها من المستندات الخاصة بعملهم.

وعليهم أن يقدموا جميع البيانات المتعلقة بذلك بمجرد طلبها إلي الجهة التي يحددها وزير السياحة بقرار منه.

ولا يجوز لهم الامتناع عن تقديم أي بيانات لمفتشي الضبط القضائي أو أن يحاولوا دون قيامهم بمهام عملهم عل الوجه الأكمل.

لوزير السياحة بقرار مسبب إلغاء الترخيص لاستغلال وإدارة أي منشأة فندقية أو سياحية إذا ثبتت مخالفتها لقواعد الآداب العامة أو أتت أعمالاً تضر بسمعة البلاد أو أمنها.

يعاقب كل من يخالف أحكام المادتين ٢،٣ من هذا القانون بالحبس مدة لا يتجاوز ٦ أشهر وبغرامة لا تجاوز خمسمائة جنيه أو بإحدى هاتين العقوبتين، وذلك فضلاً عن الأحكام وغلق المنشأة. ويجوز وزير السياحة في هذه الحالة وغلق المنشأة إدارياً بصفة مؤقتة إلي أن يصدر الحكم.

كل من أستخدم الأشياء المستوردة طبقاً للمادة السادسة من هذا القانون أو تصرف فيها بغير موافقة وزير السياحة، يعاقب بغرامة تعادل مثلي الضرائب والرسوم التي أعفيت منها عن استردادها، فضلاً عن جواز الحكم بمصادرة تلك الأشياء.

يعاقب كل من يخالف أحكام المواد ٤، ٨، ٩، ١٠، ١٢، ١٥، ١٦، ١٧، ١٨ ، ١٩ بغرامة لا تقل عن عشرين جنيهاً ولا تجاوز مائتي جنيه.

على مستغلي المنشآت الفندقية والسياحية أو المسئولين عن إدارتها وتعديل أوضاعها بما يتفق مع أحكام هذا القانون خلال ستة أشهر من تاريخ صدور قرار وزير السياحة بالإجراءات المنظمة لذلك.

يلغي من نص يخالف أحكام هذا القانون.

يصدر وزير السياحة القرارات اللازمة لتنفيذ أحكام هذا القانون.

ينشر هذا القانون في الجريدة الرسمية، ويعمل به من تاريخ نشره.

بعد الاطلاع على القانون رقم ٣٧١ لسنة ١٩٥٦ في شأن المحال العامة؛
وعلى القانون رقم ٣٧٢ لسنة ١٩٧٣ في شأن المنشآت الفندقية والسياحة؛
وبناء على ما ارتآه مجلس الدولة؛

يقدم طلب الترخيص لإنشاء أو إقامة المنشآت الفندقية أو السياحية إلى إدارة تراخيص المنشآت الفندقية والسياحية على النموذج المعد لذلك أو ورقة مشتملة على بيانات هذا النموذج عليها طابع دمغة بالفئة المقررة ويذكر في الطلب:

اسم الطالب ولقبه وجنسيته وصناعته وسنه ومحل ميلاده ومحل إقامته وعنوانه الذي توجه إليه فيه المكاتبات.

نوع المنشأة موضوع الطلب وعنوانها واسم ولقب مالك العقار وموقع المنشأة.

الاسم التجاري المقترح للمنشأة.

عدد الأشخاص الذين يمكن إيوانهم إذا كانت المنشأة فندقية أو عدد المقاعد أو الأشخاص الذين تتسع لهم المنشأة إذا كانت منشأة سياحية.

اسم مستغل المنشأة ومديرها أو المشرف عليها ولقبه وجنسيته وسنه ومحل ميلاده وإقامته ورقم وتاريخ الترخيص الخاص بكل منهم إن وجد والجهة الصادر منها.

القيمة الإيجارية السنوية للمنشأة.

قوة الآلات والمحركات المستعملة في المنشأة ونوعها وكيفية تشغيلها.

عدد العاملين أو الذين سيعملون بالمنشأة.

التكلفة الإجمالية للمنشأة إذا كان الطلب يتضمن إقامة منشأة جديدة.

وفى حالة طلب استيراد أدوات أو أجهزة أو مهمات للمنشأة يذكر في الطلب التفاصيل والبيانات المطلوبة.

ويرفق بالطلب:

أ. صورة من البطاقة الشخصية أو العائلية وصحيفة الحالة الجنائية وإذا كان الطالب أجنبيا يقدم شهادة من دار التمثيل السياسي أو القنصلي التابع لها عن سوابقه أو بحسن سيره وسلوكه..

ب. شهادة من إدارة التجنيد بكيفية معاملة الطالب للخدمة العسكرية إذا كان سنه بين ٢١، ٣٥ سنة.

ج. إذا كان الطالب هيئة أو شركة ترفق صورة من مستندات تكوين الهيئة أو الشركة ومن الأوراق الخاصة بتحديد الشخص المسئول عن تنفيذ أحكام القانون.

د. عقد الإيجار أو الانتفاع ومستند عوائد الأملاك للاطلاع عليها.

ه. رسم عام للموقع على خريطة مساحية بمقياس رسم لا يقل عن ١: ١٠٠٠ أو كروكي يعد بمعرفة مهندس نقابي بذات المقياس.

و. الرسومات الهندسية وتشمل المساقط الأفقية والقطاعات الرأسية ورسومات الواجهات ووسائل العرض بمقياس رسم لا يقل عن ١: ١٠٠ وإذا كانت المنشأة ملهى يقدم رسم هندسي للتخطيط العام للموقع بمقياس رسم لا يقل عن ١: ٢٠٠ مبينا عليه مساحة وأبعاد قطعة الأرض أو المكان المخصص لإقامة الملهى والشوارع التي تطل عليها وعروضها.

علي أنه بالنسبة للمنشآت التي تقام لأول مرة فانه يجوز إرجاء استكمال البيانات الواردة في البند ٥ و ٦ و ٧ و ٨ من هذه المادة وذلك لحين إتمام أعمال التشييد أو البناء على أن يتم استكمالها رفق إخطار للطالب بإتمام الأعمال والاشتراطات.

على إداري تراخيص المنشآت الفندقية والسياحية أن تبلغ رأيها في الطلب المقدم إليها وذلك إلى صاحب الشأن في ميعاد لا يجاوز شهرا من تاريخ وصوله وفى حالة قبول الطلب بصفة مبدئية يكلف الطالب بأداء رسم المعاينة.

يؤدى طالب الترخيص رسم المعاينة خلال أسبوع من تاريخ إبلاغه بقبول طلبه بصفة مبدئية ويحسب رسم المعاينة إذا كان الطلب خاصا بالترخيص في إقامة منشأة بواقع خمسين مليما عن كل متر مربع من مساحة موقع المنشأة.

وإذا كان الطلب خاصا بالترخيص في إجراء تعديل في المنشأة حسب الرسم بذات الفئة على أساس المساحة التي يجرى فيها التعديل، على أنه إذا كان التعديل عبارة عن إضافة أو سد فتحات فيحصل عن كل فتحة رسم قدره مائة مليم.

ولا يجوز أن يقل رسم المعاينة عن خمسمائة مليم أو أن يزيد على خمسة وثلاثين جنيها.

وفى حالة عدم أداء رسم المعاينة في الموعد المحدد يحفظ الطلب ولا ينظر فيه إلا بعد أداء الرسم المذكور مع رسم إضافي قدره خمسمائة مليم.

فيما عدا الملاهي يعلن الطالب بالموافقة على موقع المنشأة أو رفضه في ميعاد لا يجاوز ثلاثين يوما من تاريخ أداء رسم المعاينة ويعتبر في حكم الموافقة على الموقع فوات الميعاد المذكور دون تصدير إخطار للطالب بالرأي.

في حالة الموافقة على موقع المنشأة يعلن الطالب بالاشتراطات الواجب توافرها فيه وتحدد له مهلة لا تجاوز ثلاثين يوما لإتمامها على أنه يجوز بعد موافقة المدير العام لإدارة تراخيص المنشآت الفندقية والسياحية تحديد مهلة أطول في الأحوال التي تقتضي ذلك.

ومتى أتم الطالب هذه الاشتراطات أبلغ إدارة التراخيص بذلك بكتاب موصى عليه وعلى هذه الإدارة التحقق من إتمام الاشتراطات خلال ثلاثين يوما من وصول الإخطار فإذا ثبت إتمامها صرف له الترخيص مرافقا له الاشتراطات الواجب توافرها في المنشأة على الدوام.

وفي حالة عدم إتمام هذه الاشتراطات يسمح للطالب بمهلة لا تجاوز نصف المهلة الأولى فإذا لم تتم الاشتراطات خلالها للطالب أن يحصل على مهل أخرى لا يجوز مجموعها المهلة الأولى على أن يقوم بأداء رسوم إعادة معاينة عن كل مهلة منها تعادل نصف قيمة رسوم المعاينة الأولى فإذا لم تتم الاشتراطات في نهايتها رفض الطلب.

وتعاد المعاينة عند انتهاء كل مهلي أو قبل انتهائها بناء على إخطار من الطالب بأنه أتم الاشتراطات وتبدأ المهلة من تاريخ المعاينة التي تسبقها ويجوز للطالب قبل انتهاء المهلة بوقت كاف أن يطلب مدها في حدود الحد الأقصى المنصوص عليه في الفترة السابقة.

إذا ثبت خلال الثلاثين يوما التالية لأداء رسم المعاينة أن المنشأة مستوفاة للاشتراطات الواجب توافرها فيها جاز خلال تلك المدة صرف التراخيص مرافقا له تلك الاشتراطات دون حاجة إلى إعلان الطالب بها.

إذا كانت المنشأة من الملاهي فيعلن الطالب بالموافقة على موقع الملهى أو رفضه في ميعاد لا يجاوز خمسة وأربعين يوما من تاريخ أداء رسم المعاينة ويعتبر في حكم الموافقة على الموقع فوات هذه المدة دون تصدير إخطار للطالب بالرأي.

وفى حالة الموافقة على موقع الملهى يكلف الطالب بتقديم الرسومات الخاصة والتي تقرر إدارة الترخيص وجوب تقديمها.

وعلى طالب الترخيص خلال ستة شهور من تاريخ تكليفه أن يقوم بتقديم هذه الرسومات مستوفاة ومطابقة للاشتراطات العامة الواجب توافرها فيه مرافقا لها الإيصال الدال على أداء مبلغ جنيه من رسم النظر وعليه أداء باقي هذا الرسم خلال أسبوع من تاريخ تكليفه بأدائه ولا يؤدى رسم نظر عن التراخيص المؤقتة إذا لم تجاوز مدتها شهرا.

يحسب رسم النظر إذا كان خاصا بإقامة ملهى بواقع ٢٠ مليما عن كل متر مربع من أرضية كل دور من أدوار الملهى داخلا فيه الشرفات والخارجات كما يدخل في حساب مساحة الدور الأرضي الأفنية المكشوفة ويحسب بئر السلم على أساس مسطح أرضية مضروبا في عدد الأدوار التي توصل إليها ولا يدخل في الحساب دورالسطح.

وإذا كان الطلب خاصا بالترخيص في إجراء تعديل في الملهى حسب الرسم بذات الفئة على أساس المساحة التي يجري فيها التعديل على أنه إذا كان التعديل يقتصر على إضافة أو سد فتحات فيحصل على كل فتحة رسم قدره مائة مليم.

ولا يجوز إن يقل رسم النظر عن جنيه أو أن يزيد على ٣٥ جنيها.

وفى حالة عدم أداء رسم النظر أو عدم تقديم الرسومات في المواعيد المحددة يحفظ الطلب ولا ينظر فيه إلا بعد أداء الرسم المذكور ورسم إضافي قدره خمسمائة مليم وتقديم الرسومات.

على إدارة التراخيص أن تبلغ الطالب رأيها في الرسومات خلال ثلاثين يوماً من تاريخ وصولها ويعتبر في حكم الموافقة عليها فوات هذا الميعاد دون تصدير إخطار للطالب بالرأي وفي حالة الموافقة يعلن الطالب بالاشتراطات الخاصة الواجب توافرها بالملهى.

على الطالب بعد إقامة الملهى طبقا للاشتراطات والرسومات المعتمدة وإبلاغ إدارة التراخيص وعلى هذه الإدارة التحقق من إتمام الاشتراطات خلال ثلاثين يوما من الإبلاغ فإذا ثبت لها إتمامها صرف الترخيص مرافقا الاشتراطات الواجب توافرها في الملهى على الدوام.

وفي حالة عدم إتمام هذه الاشتراطات يسمح للطالب بمهلة لا تجاوز ثلاثة شهور فإذا لم تتم الاشتراطات خلالها فله أن يحصل على مهلة أو أكثر. لا يجاوز مجموعها ستة شهور على أن يقوم بأداء رسم إعادة معاينة عن كل مهلة منها تعادل نصف قيمة رسوم المعاينة المشار إليها في المادة (٣) وإذا لم تتم الاشتراطات في نهايتها رفض الطلب.

وتعاد المعاينة عند انتهاء كل مهلة أو قبل انتهائها بناء على إخطار من الطالب بأنه أتم الاشتراطات وتبدأ المهلة من تاريخ المعاينة التي تسبقها ويجوز للطالب قبل انتهاء المهلة بوقت كاف أن يطلب مدها في حدود الحد الأقصى للمدد المنصوص عليها في الفقرة السابقة.

إذا لم يقم الطالب بإتمام الاشتراطات الواجب توافرها في الملهى خلال سنتين من تاريخ الموافقة على الرسومات اعتبرت هذه الموافقة كأن لم تكن.

يجب أن تتوافر في المنشأة الفندقية أو السياحية الاشتراطات الآتية:-

١- الاشتراطات العامة وهي الاشتراطات الواجب توافرها في جميع المنشآت أو في نوع منها وفي مواقعها وتتضمن:-

أ. اشتراطات هندسية وإنشائية يصدر بها قرار من وزير الإسكان والتشييد بعد موافقة وزير السياحة أو الشروط والمواصفات التي تصدر بقرار من وزير النقل بعد موافقة وزير السياحة وذلك بالنسبة للفنادق العائمة والبواخر السياحية.

ب. اشتراطات عامة أخرى يجب توافرها في جميع المنشآت الفندقية والسياحية وفي مواقعها ويصدر بهذه الاشتراطات قرار من وزير السياحة.

ويجوز بقرار من وزير السياحة الإعفاء من كل أو بعض هذه الاشتراطات في بعض الجهات إذا وجدت أسباب تبرر هذا الإعفاء.

٢- الاشتراطات الخاصة: وهي الاشتراطات التي ترى إدارة تراخيص المنشآت الفندقية والسياحية بالوزارة وجوب توافرها في المنشأة المقدم عنها طلب الترخيص ويعتمدها المدير العام لهذه الإدارة.

كما يجوز بقرار من وزير السياحة إضافة اشتراطات جديدة يجب توافرها في أي منشأة فندقية أو سياحية مرخص بها.

التراخيص التي تعطى للطالب تكون دائمة ما لم ينص على تحديد مدتها ويجوز تجديد التراخيص المحددة المدة بعد أداء رسم يعادل رسم المعاينة.

كما يجوز إعطاء تراخيص مؤقتة عن المنشآت التي تقام بصفة عرضية في المناسبات كالموالد والأعياد والمعارض وتعطى هذه التراخيص بالشروط والأوضاع التي يقررها المدير العام لإدارة تراخيص المنشآت الفندقية والسياحية.

يجوز أن يشمل الترخيص بالمنشأة الفندقية الترخيص بالمنشآت السياحية الملحقة بها كما يجوز أن يشمل الترّخيص أكثر من نوع من أنواع المنشآت السياحية والمحال الصناعية والتجارية الملحقة بالمنشأة والمخصصة أصلا لخدمة رواد المنشأة أو يستلزمها نشاطها الأصلي.

على المرخص له أداء رسم تفتيش سنوي قدره ٥% من القيمة الإيجارية للمنشأة ولا يجوز أن يقل هذا الرسم عن جنيه أو أن يزيد على ١٠ جنيهات سنوياً.

وإذا كانت المنشأة مرخصا فيها ببيع أو تقديم المشروبات الروحية والخمور فيكون رسم التفتيش السنوي ثلاثة أمثال الرسم المنصوص عليه في الفقرة السابقة.

ولا يجوز أن يقل عن ثلاثة جنيهات أو يزيد على ٣٠٠ جنيه.

يحسب رسم التفتيش على أساس الأجرة الفعلية للمنشأة أو القيمة الإيجارية المقدرة لها في سجلات الضريبة على العقارات المبنية أيهما أعلى وإذا كانت المنشأة غير خاضعة للضريبة على العقارات المبنية وكذلك في الجهات الغير مربوط عليها تلك الضريبة تقوم بتقدير القيمة الإيجارية

للمنشأة لجنة تشكل من ثلاثة أعضاء ويعينهم وكيل الوزارة لشئون الرقابة أو من ينيبه.

يستحق رسم التفتيش سنوياً على المنشأة عن سنة كاملة ابتداء من أول يناير إذا تم الترخيص بإقامتها خلال الستة شهور الأولى من السنة وعن نصف سنة فقط إذا تم الترخيص لها خلال الستة شهور الثانية وذلك كله أيا كانت المدة التي تبقى فيها المنشأة مفتوحة.

على أنه إذا كان الترخيص بإقامة المنشأة محدداً بمدة لا تزيد على ستة شهور ولم يجدد فيؤدي عنه نصف قيمة رسم التفتيش عنة سنة كاملة وإذا كان الترخيص مؤقتاً لمدة لا تجاوز شهرا فلا يحصل عنه رسم التفتيش اكتفاء برسم المعاينة.

ويؤدي رسم التفتيش مقدما خلال شهر يناير من السنة المستحق عنها. وإذا كانت المنشأة جديدة فيؤدي الرسم قبل صرف الترخيص في إقامتها.

يظل رسم التفتيش المقرر طبقاً لأحكام هذا القرار ثابتا دون تعديل إلى نهاية المدة المقررة لسريان تقدير الضريبة على العقارات المبنية أو لمدة خمس سنوات في الجهات الغير مربوط عليها ضريبة على العقارات المبنية.

ويستثنى في ذلك حالة زيادة أو نقص القيمة الإيجارية للمنشأة بسبب إجراء تعديل فيها فيعاد تقدير رسم التفتيش السنوي في هذه الحالة مع مراعاة ما طرأ على القيمة الإيجارية من زيادة أو نقص يؤدي الرسم بالفئة المعدلة اعتبارا من أول يناير من السنة التالية للسنة التي حدث فيها التعديل.

في حساب رسوم المعاينة والنظر والتفتيش تجبر كسور الجنيه إلى نصف جنيه إذا قلت عن خمسمائة مليم وإلى جنيه إذا زادت على خمسمائة مليم.

لا يجوز إجراء أي تعديل في المنشأة المرخص بها إلا بعد موافقة إدارة التراخيص.

ويقدم طلب الترخيص في إجراء تعديل المنشأة من المرخص له في إقامتها أو من ينوب عنه إلى إدارة الرخص بالوزارة على النموذج المعد لذلك ويشتمل الطلب على البيانات المشار إليها في المادة (١) من هذا القرار وكذلك على البيانات الآتية:-

(أ) رقم الترخيص في إقامة المنشأة وتاريخ صدوره والجهة الصادر منها.
(ب) التعديلات المطلوب الترخيص في إجرائها.
(ج) أثر هذه التعديلات على القيمة الإيجارية للمنشأة وعدد من تتسع لهم.

ويرفق بالطلب أربع نسخ من الرسومات التفصيلية للتعديلات وكذلك الإيصال الدال على أداء مبلغ خمسمائة مليم من رسم المعاينة أو مبلغ جنيه من رسم النظر بالنسبة للملاهي على أن يؤدي ما قد يكون باقياً من الرسم خلال أسبوع من تاريخ تكليفه بأدائه.

لا يجوز لأي شخص أن يستغل منشأة فندقية أو سياحية أو أن يعمل مديرا لها أو مشرفا على الأعمال فيها إلا بعد حصوله على ترخيص خاص في ذلك وبعد أداء الرسوم المقررة وفقا لأحكام هذا القرار.

يقدم طلب الترخيص إلى إدارة التراخيص بالوزارة على النموذج المعد لذلك أو على ورقة مشتملة على بيانات هذا النموذج عليها طابع دمغة بالفئة المقررة.

ويذكر في الطلب اسم الطالب ولقبه وجنسيته وسنه ومحل ميلاده ومحل إقامته وترفق به:-

(أ) صورتان فوتوغرافيتان للطالب مقاسهما ٣ × ٤ سم تلصق إحداهما على الطلب.
(ب) شهادة تحقيق شخصية الطالب وصحيفة الحالة الجنائية فإذا كان طالب الترخيص أجنبياً قدم شهادة من دار التمثيل الدبلوماسي أو القنصلي للدولة التابع لها عن سوابقه أو بحسن سيره وسلوكه.

وإذا كان طالب الترخيص في الاستغلال أو الإدارة شركة أو هيئة فيرفق بالطلب أيضاً صورة معتمدة من مستندات تكوينها ومن الأوراق الخاصة بتحديد الشخص المسئول عن أعمال الاستغلال أو الإدارة.

وإذا كان سن طالب الترخيص بين ٢١ و٣٥ سنة فيرفق في طلبه شهادة من إدارة التجنيد بكيفية معاملته من حيث الخدمة العسكرية.

يؤدي عند تقديم طلب الترخيص المنصوص عليه في المادة السابقة ستمائة مليم. فإذا تضمن الطلب أكثر من عمل يؤدي رسم قدره جنيه ولا يرد هذا الرسم بأية حال.

ويصرف الترخيص بعد التحقيق من استيفاء الطالب للشروط ويسري لمدة ثلاث سنوات من تاريخ صدوره ويجوز تجديده لمدد أخرى مماثلة على أن يقدم طلب التجديد قبل انتهاء مدة الترخيص بشهر على الأقل وإلا اعتبر لاغيا ويحصل عن كل تجديد رسم قدره ثلاثمائة مليم ولو تضمن الترخيص أكثر من عمل.

ويتبع في التجديد الإجراءات المنصوص عليها في المادة السابقة على أن يرفق بالطلب الشهادة المنصوص عليها في البند (ب) من هذه المادة بشرط أن تكون حديثة.

لا يجوز في المنشآت الفندقية أو السياحية بيع أو تقديم مشروبات روحية أو خمور إلا بعد الحصول على ترخيص خاص في ذلك من إدارة التراخيص بالوزارة ويعتبر هذا الترخيص شخصي ولا يسري إلا بالنسبة للمنشأة المعطى عنها ويلغى إذا توفى المرخص له في إقامة المنشأة أو حدث تغير لأي سبب آخر ويصرح مؤقتا ببيع الخمور لمن ينوب عمن آلت إليهم ملكية هذه المنشأة أو إلى المستغل الجديد خلال الفترة المحددة بالمادة (٣٨) وبذات شروطها.

يقدم طلب الترخيص المشار إليه بالمادة السابقة إلى إدارة التراخيص بالوزارة من المرخص له في إقامة المنشأة على النموذج المعد لذلك أو على ورقة مشتملة على بيانات هذا النموذج عليها طابع دمغة بالفئة المقررة ويذكر في الطلب:-

١) اسم الطالب ولقبه وجنسيته وسنه ومحل ميلاده وصناعته ومحل إقامته.
٢) عنوان المنشأة واسمها التجاري ورقم الترخيص في إقامتها وتاريخ صرفه والجهة التي صرف منها.
٣) رقم الترخيص الخاص بالطالب وتاريخ صدوره والجهة التي صدر منها إذا كان يستغل المنشأة أو يعمل مديرا لها.

وترفق بالطلب صورتان فوتوغرافيتان للطالب مقاسهما ٣×٤ سم تلصق أحدهما على الطلب.

وتبين في الترخيص مدته والشروط المقيد بها إذا كان محدد المدة أو مقيد بأي شرط.

لا يجوز في المنشآت الفندقية أو السياحية عدا الملاهي العزف الموسيقي أو الرقص أو الغناء أو ترك الغير يقومون بتملك أو حيازة مذياع إلا بترخيص خاص من إدارة التراخيص بالوزارة وبعد أداء الرسوم المقررة.

أما بالنسبة للملاهي فعلى مستغل الملهى أو مديره إبلاغ إدارة التراخيص بالوزارة قبل العرض بثمان وأربعين ساعة باسم الفرقة التي ستقوم بالعرض وأسماء أفرادها وكل من يستخدم في أعمالها وأيام ومواعيد العرض وبرامجه.

يقدم طلب الترخيص المشار إليه بالفقرة الأولى من المادة السابقة إلى إدارة التراخيص بالوزارة من المرخص له في إقامة المنشأة أو مستغلها على النموذج المعد لذلك أو على ورقة مشتملة على بيانات هذا النموذج عليها طابع دمغة بالفئة المقررة.

ويذكر في الطلب:-

١) اسم الطالب ولقبه وجنسيته وسنه ومحل ميلاده وصناعته ومحل إقامته.
٢) عنوان المنشأة ونوعها ورقم الترخيص في إقامتها والجهة التي يصدر منها.
٣) رقم الترخيص الخاص بالطالب وتاريخ صدوره والجهة التي صدر منها إذا كان مستغلا للمنشأة.
٤) نوع الترخيص المطلوب.

٥) تحديد المكان المطلوب الترخيص داخله في العزف الموسيقي أو الرقص أو الغناء أو وضع المذياع.

يؤدي عند تقديم طلب الترخيص رسم قدره ستمائة مليم ويتعدد الرسم بتعدد موضوع الترخيص ويسري هذا الترخيص لمدة سنة من تاريخ صدوره ويجوز تجديده لمدد أخرى مماثلة على أن يقدم طلب التجديد قبل انتهاء مدة الترخيص بشهر على الأقل وإلا اعتبر لاغياً ويحصل عن كل تجديد رسم قدره ثلاثمائة مليم ولو تعدد موضوع الترخيص ويتبع في التجديد الإجراءات المنصوص عليها في المادة السابقة ويقدم الترخيص للتأشير عليه بالتحديد.

لا يجوز تشغيل أو استغلال أي وسيلة من وسائل النقل المخصصة لنقل السياح في رحلات برية أو نيلية أو بحرية والتي يصدر بها قرار من وزير السياحة باعتبارها منشأة سياحية إلا بترخيص خاص من إدارة التراخيص للمنشآت الفندقية والسياحية بالوزارة.

يقدم طلب الترخيص لتشغيل أو استغلال سيارة سياحية إلى إدارة تراخيص المنشآت الفندقية والسياحية على النموذج المعد لذلك أو على ورقة مشتملة على بيانات هذا النموذج عليها طابع الدمغة بالفئة المقررة **ويذكر في الطلب:-**

١- اسم الطالب ولقبه وجنسيته وسنه ومحل ميلاده وصناعته ومحل إقامته وعنوانه الذي توجه إليه فيه المكاتبات ورقم وتاريخ القيد بالسجل التجاري.
٢- اسم المستغل ولقبه وجنسيته وسنه ومحل ميلاده وصناعته ومحل إقامته وعنوانه.

٣- نوع السيارة موضوع الطلب وتاريخ ومكان صنعها وماركتها والقيمة الفعلية للسيارة.

٤- عدد الأشخاص الذين تتسع لهم السيارة موضوع الطلب والمقاعد والأبواب.

ويرفق بالطلب:-

أ. بالنسبة لشركات السياحة التي تملك سيارات سياحية يجب تقديم صورة فوتوغرافية للترخيص السياحي أو خطاب من الإدارة العامة للشركات تثبت أن هذه الشركة حاصلة على ترخيص سياحي مع ذكر رقم وتاريخ وجهة صدور الترخيص وصورة معتمدة من مستندات تكوين الشركة ومن الأوراق الخاصة بتحديد الشخص المسئول عن تنفيذ أحكام القانون.

ب. بالنسبة لشركات الطيران وشركات النقل السياحي يجب تقديم صورة فوتوغرافية من السجل التجاري بعد الاطلاع على الأصل (أو خطاب معتمد بالنسبة لشركات الطيران فقط) وتقديم ما يثبت قيد شركات النقل السياحي في غرفة صناعة السياحة وصورة معتمدة من مستندات تكوين الشركة ومن الأوراق الخاصة بتحديد الشخص المسئول عن كيفية تنفيذ أحكام القانون.

ج. تقديم ما يثبت ملكية السيارة بسند موثق في الشهر العقاري أو الأوراق الخاصة بالإفراج الجمركي.

د. شهادة من إدارة المرور التابع لها السيارة أو من الجمارك أو أي جهة رسمية معتمدة تبين تاريخ صنع السيارة.

ه. مستند رسمي مبين فيه قيمة السيارة بالعملة المحلية أو العملة الأجنبية.

وعلى إدارة التراخيص أن تبلغ رأيها في الطلب إلى صاحب الشأن في ميعاد لا يجاوز شهر ومن تاريخ وصوله.

في حالة الموافقة المبدئية على الطلب يعلن الطالب بالاشتراطات الواجب توافرها في السيارة السياحية ومتى أتم الطالب هذه الاشتراطات أبلغ إدارة التراخيص ذلك بكتاب موصي عليه وعلى هذه الإدارة التحقق من إتمام الاشتراطات خلال مدة شهر من وصول الإخطار فإذا ثبت إتمامها صرف الترخيص مرافقا له الاشتراطات الواجب توافرها في السيارة السياحية على الدوام.

يقدم طلب الترخيص لتشغيل وتيسير واستغلال باخرة سياحية إلى إدارة تراخيص المنشآت الفندقية والسياحية على النموذج المعد لذلك أو على ورقة مشتملة على بيانات هذا النموذج عليها طابع دمغة بالفئة المقررة **ويذكر في الطلب:-**

١ـ اسم الطالب ولقبه وجنسيته وسنه ومحل ميلاده وصناعته ومحل إقامته وعنوانه الذي توجه إليه فيه المكاتبات.
٢ـ اسم مالك الباخرة ولقبه وجنسيته وسنه ومحل ميلاده.
٣ـ اسم المدير المسئول ولقبه وجنسيته وسنه ومحل ميلاده.
٤ـ نوع الباخرة التي موضوع الطلب وتاريخ صنعها.
٥ـ القيمة الفعلية للباخرة.
٦ـ الحمولة الكلية للباخرة بالأشخاص وعدد الكباين والأسرة.

ويرفق بالطلب:-

أ. الرسومات التفصيلية للباخرة طبقا للمواصفات الموضوعة مع بيان جميع هذه المواصفات وهي الخاصة بالبدن والماكينات والمساعدة وأماكن الإعاشة وصالة الطعام ومعدات الإنقاذ والإطفاء.

ب. شهادة صلاحية الباخرة السياحية من الإدارة المختصة بالوزارة مع اعتماد الرسومات المنوه عنها في البند السابق.

ج. شهادة قيد بغرفة صناعة السياحة بالنسبة لشركات السياحة أو شركات النقل السياحي أو أي شخص يقوم بتشغيل وتيسير وتأجير باخرة سياحية ورقم وتاريخ قيده بالسجل التجاري.

وعلى إدارة التراخيص أن تبلغ رأيها في الطلب إلى صاحب الشأن في ميعاد لا يجاوز شهر من تاريخ وصوله.

في حالة الموافقة المبدئية على الطلب يعلن الطالب بالاشتراطات الواجب توافرها في الباخرة السياحية ومتى أتم الطالب هذه الاشتراطات أبلغ إدارة تراخيص المنشآت الفندقية والسياحية بذلك بكتاب موصي عليه وعلى هذه الإدارة التحقق من إتمام الاشتراطات والمواصفات الفنية والموضوعية خلال مدة شهر من وصول الإخطار فإذا ثبت إتمامها صرف الترخيص مرافقا له الاشتراطات الواجب توافرها في الباخرة السياحية على الدوام مع ذكر الدرجة السياحية الممنوحة للباخرة السياحية.

يتم تجديد الترخيص للبواخر السياحية سنويا ويقدم طلب التجديد إلى إدارة تراخيص المنشآت الفندقية والسياحية قبل انتهاء مدة الترخيص بشهر على الأقل وإلا اعتبر لاغيا ويذكر في طلب التجديد البيانات المطلوبة في المادة (٣٣) ويقدم الترخيص للتأشير عليه بالتجديد بعد إجراء المعاينة السياحية

اللازمة والتحقق من توفر الاشتراطات الواجب توافرها على الدوام في الباخرة السياحية.

بعد حصول الباخرة على الترخيص السياحي والملاحي تخضع للتفتيش الدوري مرة واحدة كل ثلاثة شهور في مكان رسوها أو في منطقة عملها ويجب أن يكون بالباخرة السياحية سجلٌ خاص لتسجيل الملاحظات الخاصة بها.

لا يجوز إعطاء التراخيص المشار إليها في هذا القرار إلى الأشخاص **الآتي بيانهم:-**

١- المحكوم عليهم بعقوبة جناية أو في جريمة مخلة بالأمانة أو الشرف ولم يرد إليهم اعتبارهم.
٢- المحكوم عليهم في جريمة حكم بسبب وقوعها بإغلاق المنشأة الفندقية أو السياحية التي كانوا يشتغلونها أو يديرونها أو يشرفون على أعمال فيها لمدة ثلاثة شهور ولم تمض ثلاث سنوات على صدور الحكم بالعقوبة.

وتلغى التراخيص الممنوحة وفقا لأحكام هذا القرار إذا حكم على المرخص له بإحدى العقوبات أو في إحدى الجرائم المنصوص عليها في هذه المادة.

كما لا يجوز إعطاء هذه التراخيص إلى عديمي الأهلية أو ناقصيها إلا إذا إشتمل طلب الحصول على الترخيص على اسم النائب الذي يكون مسئولا عن أية مخالفة لأحكام هذا القرار ويسري هذا الحكم على نواب عديمي الأهلية أو ناقصيها الذين تؤول إليهم ملكية المنشأة.

عند وفاة المرخص له بالمنشأة الفندقية أو السياحية يجب على من آلت إليهم ملكية هذه المنشأة إبلاغ إدارة التراخيص بالوزارة خلال أسبوعين من تاريخ الوفاة بأسمائهم وباسم من ينوب عنهم ويكون هذا النائب مسئولا عن تنفيذ أحكام هذا القرار وعليهم اتخاذ الإجراءات اللازمة لنقل ترخيص المنشأة إليهم خلال أربعة شهور من تاريخ الوفاة وذلك مع عدم الإخلال بأحكام المادة (٣٧).

يجوز التنازل عن ترخيص المنشأة الفندقية أو السياحية بموافقة إدارة التراخيص بالوزارة وعلى المتنازل إليه خلال أسبوعين من تاريخ التنازل أن يقدم طلبا بنقل الترخيص إليه مرافقا له عقد التنازل مصدقا على توقيعات طرفية بأحد مكاتب التوثيق وعلى إدارة التراخيص أن تثبت في الطلب المقدم إليها في هذا الشأن خلال ثلاثين يوما من تاريخ تقديمه ويظل المرخص له مسئولا عن تنفيذ أحكام هذا القرار إلى أن تتم الموافقة على التنازل.

على المرخص له بمنشأة فندقية أو سياحية إبلاغ إدارة التراخيص باسم مستغل المنشأة وعلى المستغل إبلاغ تلك الإدارة باسم مدير المنشأة.

يجوز أن يقوم بأعمال المستغل والمدير في المنشأة شخص واحد بشرط .أن يكون مرخصا له في تلك الأعمال.

في حالة الترخيص في مزاولة ألعاب القمار تلتزم الشركة أو المؤسسة المرخص لها بإخطار إدارة التراخيص بها الترخيص خلال شهر من تاريخ صدوره ويحرر هذا الإخطار على النموذج المعد لذلك أو على ورقة مشتملة على بيانات هذا النموذج.

ويذكر في الإخطار:-

١)اسم الشركة أو المؤسسة وعنوانها.
٢)عنوان المنشأة ونوعها ورقم الترخيص في إقامتها والجهة التي صدر منها.
٣)اسم ولقب من يمثل الشركة أو المؤسسة وجنسيته وسنه وصناعته ومحل إقامته.
٤)تحديد المكان الذي ستزاول فيه ألعاب القمار.
٥)أنواع ألعاب القمار المرخص بها.

ويرفق بالأخطار صورة من العقد المبرم في مزاولة هذه الألعاب ويؤشر بما يفيد الترخيص في مزاولتها على الترخيص بإقامة المنشأة وفي سجل قيد المنشآت الفندقية والسياحية.

يحظر في المنشآت الفندقية والسياحية ارتكاب أفعال وإبداء إشارات مخلة بالحياء أو الآداب أو التغاضي عنها كما يحظر عقد اجتماعات مخالفة للآداب أو النظام العام وفي حالة مخالفة أحكام هذه المادة لرجال شرطة السياحة إخلاء المنشأة أو إغلاقها قبل الميعاد المقرر على ألا يترتب على الإغلاق منع من يعملون فيها من الدخول أو الخروج أو منع دخول المقيمين فيها وخروجهم إذا كانت منشأة فندقية.

لا يجوز للنساء اللاتي يعملن في المنشآت السياحية أن يختلطن بروّاده إلا في الملاهي الليلية وبالشروط التي تحددها إدارة الرقابة على المحال العامة السياحية.

تلغى رخصة المنشأة الفندقية أو السياحية **في الأحوال الآتية:-**

١- إذا أبلغ المرخص له إدارة التراخيص بالوزارة بوقف العمل بالمنشأة أو إنهاء الترخيص.

٢- إذا أوقف العمل بالمنشأة لمدة ٢٤ شهرا متصلة ما لم يكن هذا التوقف بسبب قوة قاهرة أو أسباب خارجة عن إرادة المرخص له.

٣- إذا أزيلت المنشأة ولو أعيد إنشاؤها.

٤- إذا كانت المنشأة ثابتة ثم نقلت من مكانها.

٥- إذا تغير نوع المنشأة أو الغرض المخصص لها.

٦- إذا أصبحت المنشأة غير قابلة للتشغيل أو فقدت السيارة أو الباخرة أو فقدت صلاحيتها للاستغلال السياحي.

٧- في حالة مخالفة أحكام المادة (٢١) من هذا القرار.

تعد بإدارة التراخيص سجلات لقيد المنشآت الفندقية والسياحية والتراخيص الخاصة بها وفقاً للنموذج المعد لهذا الغرض والمعتمد من وكيل الوزارة لشئون الرقابة السياحية.

يجوز لوكيل الوزارة لشئون الرقابة بقرار يصدر بناء على اقتراح من الإدارة العامة للفنادق بالنسبة للمنشآت الفندقية وإدارة الرقابة على المحال العامة بالنسبة للمنشآت السياحية مد مواعيد السهر وتناول المشروبات الروحية في المنشآت العامة.

تحفظ في المنشآت الفندقية والسياحية جميع التراخيص المتعلقة بها وفقا لأحكام القانون ويجب تقديمها عند الطلب إلى مفتش الوزارة.

على مستغلي المنشآت الفندقية والسياحية أو المسئولين عن إدارتها تعديل أوضاعها بما يتفق مع أحكام هذا القرار خلال ستة أشهر من تاريخ صدوره.

ينشر هذا القرار في الوقائع المصرية، ويعمل به من تاريخ نشره.

قرار وزاري رقم ٣٤٣ لسنة ١٩٧٤بتنفيذ بعض أحكام القانون رقم ١ لسنة ١٩٧٣ في شأن المنشآت الفندقية والسياحية بعد الاطلاع على القانون رقم ٣٧١لسنة ١٩٥٦ في شأن المحال العامة؛ وعلى القانون رقم ٣٧٢ لسنة ١٩٥٦ في شأن الملاهي؛ وعلى القانون رقم ٩١ لسنة ١٩٥٩ بإصدار قانون العمل (٢)؛ وعلى القانون رقم ٦١ لسنة ١٩٧١ بإصدار نظام العاملين بالقطاع العام ٠٣)؛

وعلى القانون رقم ١ لسنة ١٩٧٣ في شأن المنشآت الفندقية والسياحية؛

يجب أن يكوم لكل منشأة مدير مسئول يتولى تنظيم العمل بها وفقا لقواعد الخدمة والإدارة.

١)القانون رقم ٩١ لسنة ١٩٥٩ استبدل بالقانون رقم ١٣٧ لسنة ١٩٨١ بإصدار قانون العمل الجريدة الرسمية.
٢)القانون رقم ٦١ لسنة ١٩٧١ استبدل بالقانون رقم ٤٨ لسنة ١٩٧٨ بإصدار نظام العاملين بالقطاع العام.

على مستغلي المنشآت الفندقية أو السياحية إتباع الالتزامات الأساسية التالية في علاقتهم بالنزلاء أو المترددين على المنشأة:

١)لا يجوز الامتناع عن حجز الأسرة الخالية بالمنشآت الفندقية أو تأجيرها إلا إذا امتنع طالب الحجز عن تقديم الضمانات المطلوبة أو قامت لدى هذه المنشآت أسباب جدية.

٢)لا يجوز للمنشآت الفندقية أو السياحية أن تفرض على النزيل الإقامة بغرفة بسريرين أو أكثر في حالة وجود غرف خالية بسرير واحد.

٣)لا يجوز للمنشآت الفندقية أو السياحية أن تعلق المبيت أو تناول الوجبات أو المأكولات أو المشروبات على أي شرط من الشروط.

مع ذلك يجوز اشتراط تناول النزيل أو المتردد على المنشأة وجبة أو أكثر من الوجبات بعد الحصول على موافقة الإدارة العامة للرقابة على الفنادق بالنسبة للمنشآت الفندقية أو الإدارة العامة للمحال العامة بالنسبة للمنشآت السياحية.

٤)للمنشاة الفندقية مطالبة النزلاء بالمبالغ المستحقة عليهم في نهاية كل أسبوع إلا إذا اتفق على غير ذلك كما يجوز لأسباب جدية مطالبة النزلاء بأداء المستحق عليهم يوميا ومقدما أو مطالبتهم بتقديم ضمان مالي لا يتجاوز أجر ثلاثة أيام.

٥)يجب على المنشأة أن تعطى لكل عميل فاتورة بقيمة المبالغ المطلوبة منه.

٦)علي إدارة المنشأة إخطار شرطة السياحة عن الأشياء الخاصة بالنزلاء والتي يتم العثور عليها بعد مغادرتهم نهائيا والاحتفاظ بهذه الأشياء بالإدارة.

يجب أن يتضمن حجز الغرف بالمنشآت الفندقية بيانا بالخدمات وفى حالة تقديمها من شركات السياحة يجب أن يتضمن كافة المعلومات الضرورية

بالتفصيل ولا يصبح الحجز نهائيا إلا بعد حصول الطالب على مستند كتابي من المختص بالفندق.

إذا أراد طالب الحجز إلغاء حجزه أو تعديله فعليه إخطار الفندق بالإلغاء أو التعديل قبل أربعة عشر يوما من الموعد الذي يبدأ فيه سريان الحجز بالنسبة للحجوزات الخاصة بالأفراد (الذين لا يزيد عددهم عن عشرة) للمنشآت الفندقية وقبل ثمانية وعشرين يوما بالنسبة للبواخر السياحية المتحركة أما بالنسبة للمجموعات فيشترط الإخطار بالغاء أو التعديل:

(أ) قبل ثلاثين يوما بالنسبة لفنادق القاهرة والجيزة.

(ب) قبل خمسة وأربعين يوما بالنسبة لفنادق باقي مدن الجمهورية والبواخر السياحية المتحركة.

هذا ما لم يتفق الطرفان على غير ذلك.

في حالة حجز إحدى الشركات المحلية في أحد الفنادق لفوج خاص بشركة أجنبية فانه لا يجوز للشركة المحلية أن تستبدل الفوج الوارد اسمه وعدده بإخطار الحجز بفوج تابع لشركة أخرى غير المخطر عنها.

في حالة حجز إحدى الشركات المحلية في أحد الفنادق لفوج خاص بشركة أجنبية وأخطرت الشركة الأخيرة بإلغاء رحلة هذا الفوج يجب على الشركة الحاجزة أن تخطر الفندق بهذا الإلغاء وتعرض على الفندق إما:

أ. إلغاء الحجز مع الالتزام بما يترتب على الإلغاء.

ب. استئذان الفندق في إحلال فوج لشركة أخرى أجنبية مكان الفوج الذي ألغى حضوره.

ج.أو منحها أولوية شغل الأمكنة التي كانت محجوزة للفوج الملغى أو بعضها خلال فترة يتفق عليها في حالة عدم وجود من يشغل هذه الأماكن في قائمة انتظار الفندق وللفندق في الحالة المشار إليها:

- إما اعتبار الحجز لاغي وتنفذ نصوص اتفاق الحجز.
- أو إعفاء الشركة الحاجزة من جزاء الإلغاء إن كان الإلغاء قد تم في الفترة التي توجب توقيع الجزاء وذلك في حالة وجود من يشغل الأماكن التي خلت نتيجة الإلغاء في قائمة الانتظار ولم يترتب على الإلغاء خسارة للفندق.
- أو موافقة الفندق كتابة على قبول تحويل الحجز بمعرفة الشركة الحاجزة إلى فوج شركة أجنبية أخرى تعمل مع نفس الشركة الحاجزة.
- أو مطالبة الشركة الحاجزة بأداء جزاء الإلغاء إن كان الإلغاء قد تم في الفترة التي تستوجب ذلك وتعذر ملء الفراغ.
- ومع ذلك يجوز للفندق وفق تقديره وسابق معاملاته مع الشركة الحاجزة أن يعفيها من أداء الجزاء بالكامل أو بعضه.

إذا تم إلغاء الحجز أو تعديله بعد المواعيد المبينة في المادة الخامسة التزام طالب الحجز بأداء التعويض للفندق أو الباخرة على النحو التالي :

١)قيمة الخدمات المطلوبة بالكامل للإقامة ثلاث ليال إذا كان الحجز ساريا خلال الموسم.

٢)قيمة الخدمات المطلوبة للإقامة ليلة واحدة في غير الموسم.

٣)قيمة الخدمات المطلوبة للرحلة بالكامل في الباخرة المتحركة إذا تعذر شغل الأماكن التي ألغى حجزها قبل بدء الرحلة.

يجوز للمنشآت الفندقية رفض طلبات الحجز التي ترد إليها من الشركات السياحية التي يتكرر إلغاء طلبات الحجز المقدمة منها دون وجود أسباب جدية تبرر ذلك (عمليات الحجوزات الوهمية) وتخطر وزارة السياحة بأسماء هذه الشركات.

تعتبر الفترات الموضحة بعد موسما في تطبيق أحكام المادة السابقة:

أولا : الفترة من أول سبتمبر حتى ٣٠ أبريل بالنسبة لفنادق المدن الواقعة على شاطئ البحر الأبيض.

ثانيا : الفترة من أول سبتمبر حتى ٣٠ أبريل بالنسبة لفنادق مدن محافظات: قنا – وأسوان – والبحر الأحمر.

ثالثا : طوال السنة بالنسبة لفنادق محافظة القاهرة والجيزة والبواخر السياحية المتحركة.

لصاحب المنشأة الفندقية الحق في حجز الأمتعة والملابس وكذا المتعلقات التي يقدمها العميل في حالة عدم سداده للفاتورة كما يحق له فضلا عن ذلك طلب مغادرة النزيل فورا.

لا يجوز لطالب الحجز التنازل عن حجزه لي شخص آخر إلا بعد حصوله على موافقة كتابية من المنشأة الفندقية يتم إثباتها بسجلات المنشأة الخاضعة للتفتيش.

يكون إثبات الحجز بالخطابات المتبادلة بين الطرفين أو من البيانات المدونة في سجلات المنشأة الفندقية والمعدة لهذا الغرض وبأية طريقة أخرى في طريق الإثبات.

نصوص الاتفاقيات الخاصة بالحجز ملزمة للطرفين ما لم يتنازل أيهما بمحض إرادته ورضائه للآخر عن جزء من حقه.

يجوز للمنشأة الفندقية أو السياحية إلزام عملائها أو المترددين عليها بتخفيض أي ضوضاء غير عادية من شأنها إزعاج باقي العملاء أو المترددين كاستعمال الراديو أو التليفزيون أو أي آلات أخرى.

يجب على العملاء بالمنشآت الفندقية إخلاء الأماكن التي يشغلونها في نهاية المدة المتفق عليها.

وإذا كانت الإقامة غير محددة المدة وجب إخطار المنشأة بالإخلاء خلال المواعيد التي تحددها إدارة المنشأة وتعلنها للعميل وإلا التزام بأداء أجر اليوم التالي.

يكون تقديم المأكولات الفندقية والسياحية بالوجبات أو وفقا لقوائم الطعام متعددة الأصناف طبقا لرغبة العميل ويكون تقديم وجبة الإفطار فيما بين السابعة والعاشرة صباحا والغداء فيما بين الثامنة والعاشرة مساء.

ومع ذلك يجوز للمنشأة مد هذه المواعيد لفترات أطول منها استجابة لرغبات عملائها كما يجوز للمنشأة تقديم المأكولات والمشروبات وفقا لقوائم الطعام متعددة الأصناف إذا كان إذا كان في غير المواعيد السالف ذكرها بالفقرة الأولى أو كان بناء على طلب العميل.

ويجب ألا تقل أنواع المأكولات التي تقدم في وجبة الغداء عن ثلاثة أصناف وفى وجبة الغداء عن ثلاثة أصناف وفى وجبة العشاء عن أربعة أصناف.

ولا يجوز للعميل طهي أو إعداد المأكولات أو المشروبات بنفسه ما لم يسمح بذلك نظام المنشأة وفى حالة إحضاره الطعام أو مشروبات تستهلك عادة بالمنشأة فلإدارة المنشأة الحق في احتساب مصاريف إضافية.

لا يجوز للعميل أصطحاب حيوانات بالمنشآت الفندقية إلا بموافقة إدارة المنشأة وفى هذه الحالة يقتصر قبولهم على غرف النوم دون التواجد في باقي الغرف أو البهو وبالأخص غرف الطعام كل ذلك بعد أداء رسوم إضافية ويكون العميل مسئولا عن أي أضرار تنجم عن هذه الحيوانات.

تنقسم المنشأة الفندقية والسياحية إلى خمس درجات هي:

ممتازة – أولى (أ)- أولى (ب) – ثانية (أ) – ثانية (ب) طبقا للشروط والمواصفات المقررة لكل وفقا للشروط والمواصفات المقررة لكل وفقا للقواعد الملحقة بهذا القرار.

وتعتبر منشآت خارج التقييم المنشآت الفندقية التي لا تندرج تحت إحدى الدرجات السابقة.

تتولى الإدارة العامة للرقابة على الفنادق وإدارة الرقابة على المحال العامة كل فيما يخصه تحديد أسعار الإقامة ورسم الدخول والارتياد وأسعار الوجبات والمأكولات والمشروبات وغيرها من الخدمات التي تقدمها المنشأة.

ويجوز أن يترك تحديد أسعار بعض أصناف المأكولات للمنشاة بشرط إخطار الإدارة المختصة بالوزارة بهذه الأصناف والأسعار المحددة لها على أنه يجوز لتلك الإدارة تخفيض هذه الأسعار إذا ما لاحظت مغالاة في التقدير.

إذا أثبت التفتيش على المنشأة هبوط مستواها بحيث لا يتناسب مع الدرجة المقيمة عليها أو مع الأسعار المعتمدة لها جاز للإدارة المختصة إعادة النظر في الدرجة والأسعار وتخفيضها بما يتناسب والحالة التي آلتْ إليها المنشأة وذلك بعد لفت نظر المنشأة وإنذارها ومنحها المهل التي تقررها الإدارة المختصة.

يجوز لذوى الشأن الاعتراض على قرار التصنيف وتحديد الأسعار وفقا لحكم المادة ١٣ من القانون وتفصل في الاعتراض لجنة تشكل من:

وكيل وزارة السياحة لشئون الرقابة السياحية أو من ينوب عنه رئيسا

مدير الإدارة المختصة وعضوين يختارهما مجلس إدارة الغرفة المختصة.

لمستغلي المنشآت الفندقية والسياحية والمسئولين عن إدارتها أن يتقدموا خلال شهر مارس من كل عام إلى الإدارة المختصة بالوزارة بطلب إعادة النظر في درجة المنشآت وفى الأسعار المحددة لها إذا كانت لديهم أسباب تستدعى طلب التعديل وذلك وفقا للإجراءات الآتية :

١) يقدم الطلب إلى الإدارة المختصة مستوفيا رسم الدمغة وموضحا به الأسانيد التي يستند إليها الطلب مشفوعا بالمستندات المؤيدة لذلك إن أمكن.
٢) تقوم الإدارة ببحث الطلب في سجل يعد لذلك يوضح به اسم المنشأة وتاريخ ورود الطلب والإجراءات التي اتخذت بشأنه.
٣) تقوم الإدارة ببحث الطلب واتخاذ الإجراءات اللازمة ولها سبيل التحقق من جديته إجراء المعاينات الضرورية والاطلاع على كافة المستندات والأوراق.

٤) يخطر الطالب بنتيجة بحث الطلب خلال ثلاثين يوما وإلا اعتبر مرفوضا.
٥) للمنشأة التي رفض طلبها أو لم تجب إلى كامل ما طلبته أن تتظلم من القرار الصادر في هذا الشأن أمام اللجنة المنصوص عليها في المادة ٢١ من القانون.
٦) لا تسرى أي زيادة في الأسعار إلا اعتبارا من أول شهر أكتوبر التالي لتقديم الطلب وبالنسبة للمصاريف اعتبارا من أول شهر يونيو.

يجب وضع العلامة المميزة لدرجة المنشأة على واجهتها بشكل ظاهر وملفت للنظر إما بوضعها مستقلة بجانب اسم المنشأة أو على نفس اللافتة التي تحمل اسم المنشأة كما يجب وضع هذه العلامة على كافة المطبوعات والنشرات الخاصة بالمنشأة.

يتم قيد طلبات الغرف بالمنشآت الفندقية في دفتر يعد لهذا الغرض وفقا للنموذج التالي:

تاريخ طلب الحجز	نوعه	اسم العميل ولقبه	محل إقامته	تاريخ شغل الغرفة	تاريخ المغادرة

تضاف فقرة جديدة للمادة (١) من القانون رقم ١ لسنة ١٩٧٣ في شأن المنشآت الفندقية والسياحية، نصها الآتي:-

"ولوزير السياحة إضافة أنشطة جديدة يصدر بتحديدها قرار منه خدمة للسياحة والسائحين.."

ينشر هذا القانون في الجريدة الرسمية، ويعمل بع اعتبارا من اليوم التالي لتاريخ نشره.

يختم هذا القانون بخاتم الدولة، وينفذ كقانون من قوانينها.

قانون رقم ١٠٢ لسنة ١٩٩٣ بتعديل بعض أحكام القانون رقم ١ لسنة ١٩٧٣ في شأن المنشآت الفندقية والسياحية

يضاف إلى القانون رقم ١ لسنة ١٩٧٣ في شأن المنشآت الفندقية والسياحية، مادة جديدة برقم ٥ مكرراً، نصها الآتي:-

مادة ٥ مكرراً – مع عدم الإخلال بأحكام قانون الاستثمار الصادر بالقانون رقم ٢٣٠ لسنة ١٩٨٩، أو بأية إعفاءات ضريبية مقررة في قانون آخر، يكون الإعفاء من الضرائب المنصوص عليه في المادة السابقة لمدة عشر سنوات بالنسبة للمنشآت الفندقية والسياحية التي تقام في المناطق النائية، ويصدر بتحديد تلك المناطق قرار من رئيس مجلس الوزراء.

يسري حكم المادة السابقة على المنشآت الفندقية والسياحية التي أعفيت وفقاً للمادة (٥) من القانون رقم ١ لسنة ١٩٧٣ المشار إليه، ويكون الإعفاء مقصوراً على المدة المتممة للعشر سنوات، وتحسب اعتبارا من تاريخ العمل بهذا القانون.

ينشر هذا القرار في الجريدة الرسمية، ويعمل به من اليوم التالي لتاريخ نشره، يبصم هذا القانون بخاتم الدولة، وينفذ كقانون من قوانينها.

قرار وزير السياحة رقم ٨٣ لسنة ٢٠٠٨م - صادر بتاريخ ٢٠٠٨/٢/٢٠م

بعد الاطلاع على القانون رقم ٣٧١ لسنة ١٩٥٦م في شأن المحال العامة وعلى القانون رقم ١ لسنة ١٩٧٣.

بعد الاطلاع على القانون رقم ٣٧١ لسنة ١٩٥٦م في شأن المحال العامة وعلى القانون رقم ١ لسنة ١٩٧٣ في شأن المنشآت الفندقية والسياحية وعلى القرار الوزاري رقم ١٢ لسنة ١٩٧٣ لسنة ٢٠٠٣م بشأن العمل، وعلى القرار الوزاري رقم ١٨١ لسنة ١٩٧٣م بشأن شروط وإجراءات الترخيص بالمنشآت السياحية الفندقية. وعلى القرار الوزاري رقم ٣٤٣ لسنة ١٩٧٤م في شأن المنشآت الفندقية والسياحية وعلى مذكرة رئيس قطاع الفنادق والقرى السياحية.

يضاف إلى الاشتراطات العامة لمنح التراخيص أو تجديدها للمنشآت الفندقية ما يلي:-

١. بالنسبة للمنشآت الفندقية التي تدار بمعرفة شركات إدارة فندقية محلية أو بمعرفة المالك:-

أ. مقرر افتتاحها: يتعين عليها أن تقوم قبل بدء التشغيل بثلاثة أشهر بتقديم ما يفيد تدريب نسبة ٣٥% من العاملين بالمنشأة، موثقة من وحدة تنمية الموارد البشرية بالاتحاد المصري للغرف السياحية.

ب. عاملة بالفعل: تلتزم بموافاة الوزارة ببرامجها التدريبية، على ألا تقل بنسبة التدريب للعمالة خلال ثلاثة أشهر من صدور هذا القرار عن ١٠% وعلى أن تلتزم بمعدلات تدريب لا تقل عن ٥% كل ثلاثة أشهر.

٢.بالنسبة للمنشآت الفندقية التي تدار بمعرفة شركات إدارة فندقية عالمية "سلاسل":-

أ. مقرر افتتاحها: أن تلتزم بالإعلان عن برنامج تدريبي قبل افتتاحها بستة أشهر.

ب.عاملة بالفعل: تنفيذ برامج تدريبية خاصة بالعمالة الموجودة بالمنشأة بموجب خطة يتم تقديمها للوزارة عند تجديد التراخيص.

يقوم المختصون بقطاع الفنادق والقرى السياحية بالتفتيش على المنشآت الفندقية لمراجعة مدى التزام تلك المنشآت بتدريب العمالة وأخذ ذلك في الاعتبار عند إصداره أو تجديد التراخيص السياحية.

على مستغلي المنشآت الفندقية والسياحية أو المسئولين عن إدارتها تعديل أوضاعها بما يتفق وأحكام هذا القرار خلال المدد المشار إليها بالمادة الأولى.

مع عدم الإخلال بأي عقوبة أشد يلغى الترخيص في حالة مخالفة المنشأة هذا القرار ولا يتم إعادة الترخيص إلا بعد تقديم ما يفيد تنفيذ ما تتطلبه المادة الأولى من هذا القرار.

يعمل بهذا القرار اعتبارا من تاريخ صدوره وعلى الجهات المختصة تنفيذه.

قرار وزاري رقم (٥٧٤) بشأن بإضافة بعض الأنشطة السياحية إلى الأنشطة المنصوص عليها في القانون رقم ١ لسنة ١٩٧٣م

- بعد الاطلاع على القانون رقم ١ لسنة ١٩٨١م في شأن المنشآت الفندقية والسياحية والمعدل بالقانون رقم ١٨٠ لسنة ٢٠٠٥.

تعد من المنشآت السياحية الخاضعة لأحكام القانون رقم ١ لسنة ١٩٧٣ في شأن المنشآت الفندقية والسياحية المنشآت التي تعمل في الأنشطة السياحية الآتية:-

١- مراكز الغوص.
٢- خدمات الغوص (مراكز الصيانة – مراكز التصوير تحت الماء – مرايل الغوص).
٣- مراكز تقديم الخدمات السياحية العلاجية.
٤- لنشات السفاري ومراكب القاع الزجاجي والغواصات.
٥- مراكز الرياضات المائية.
٦- مراكز الألواح والزوارق الشراعية.
٧- الجولف.
٨- المنطاد.
٩- الموتوسيكلات ذات الدفع الرباعي.
١٠- سيارات السباق الصغيرة ذات مواتير ثنائية الأشواط (كارتنج).

لا يجوز للمنشآت السياحية المشار إليها في المادة الأولى مزاولة نشاطها إلا بعد الحصول على ترخيص بذلك من وزارة السياحة.

الفصل الحادي عشر

المصطلحات المستخدمة في المؤتمرات والحفلات

المصطلحات المستخدمة في مجال المؤتمرات والحفلات

مؤتمر Convention

اجتماع لعرض موضوع معين من قبل خبير مختص مع إعطاء فرصة للمشاركين بطرح الأسئلة.

يعقد بهدف فرصة لمناقشة عدة موضوعات. Forum

محاضرة Lecture

اجتماع عام يضم كل المشاركين في المؤتمر Plenary Session

اجتماع مع خبير في موضوع معين. Seminar

اجتماع مناقشة يدار من قبل خبير ولكن عدد المشاركين يكون أقل من الـ Forum Symposium

المُرافق Accompanying person

الشخص المصاحب للمشاركين بالإجتماع أو المؤتمر.

مدير النشاط Activities director

الشخص المسئول عن نشاطات العاملين بالفندق.

لجنة إستشارية Advisory committee

يتم إجتماعها في حالة الضرورة للأخذ برأيها.

وسائل ترفيهية Amenities

وصف للأنشطة الترفيهية التي يستمتع بها المؤتمرين في أوقات فراغ المؤتمر.

الشارة Badge

يستخدم للتعريف بالأشخاص المشاركون بالاجتماعات والمؤتمرات وقد يسمي name tag

مركز المؤتمرات Conference Center

عبارة عن منشأة مستقلة بنفسها، تعقد بها المؤتمرات والاجتماعات والمعارض، تقدم الإقامة وخدمة الطعام بصورة محدودة

دليل المؤتمر Conference Handbook

كتيب يوفر كل المعلومات المتعلقة بالمؤتمر، جدول الأعمال والبرنامج والمواعيد.

منظم المؤتمر Conference organizer

الشخص المسئول عن المؤتمر.

حفلة ـ مأدبة Banquet

عادة ما تكون مأدبة مسائية تلقي خلال الخطب أو الكلمات في حضور إحدي الشخصيات الهامة.

جلسة متزامنة مع جلسات أخري Breakout session

جلسة لاجتماع أو مؤتمر تعقد في نفس الوقت مع جلسة أو جلسات أخري.

اجتماع مصغر Briefing meeting

اجتماع يضم مجموعة من الأشخاص في مجال معين للنصح والأخذ بالمشورة فيما يخص هذا المجال.

شهادة لمخططي المؤتمرات

Certificate Meeting Professional (CMP)

شهادة تعطي لذوي الخبرة والمعرفة في تخطيط وتنفيذ المؤتمرات.

أوراق المؤتمر Conference papers

تضم كل ما يخص المؤتمر من مستندات ووثائق.

المكتب الصحفي بالمؤتمر | Conference press office

النشرة الصحفية للمؤتمر | Conference press release

مائدة المؤتمر | Conference table

الاتحاد الدولي للمؤتمرات | Congrex

ترجمة فورية | Consecutive interpretation

أسعار المؤتمرات | Convention rate

أسعار تقدمها الفنادق وخطوط الطيران للمؤتمرين، وذلك من خلال ترتيبات خاصة مع الجهة الراعية للمؤتمر.

مدير قسم المؤتمرات | Convention service manager

الشخص المسئول عن كافة الترتيبات والتجهيزات التي يحتاجها المؤتمر.

منصة في قاعة | Dais – podium

منصة مرتفعة تثبت عليها المائدة الرئيسية، ويجلس عليها رئيس الجلسة أو المحاضرون أو ضيوف الشرف بالمؤتمر.

مؤشر كهربائي | Electric pointer

عبارة عن قلم مضيء يستخدمه المحاضر أثناء العرض للإشارة إلي ما يود التركيز عليه.

جلسة طارئة | Extraordinary session

هي جلسة تعقد لمناقشة الموضوعات ذات الطبيعة غير العادية.

شكل حدوة الحصان | Horse hoe setup

شكل من أشكال الجلوس، تكون فيه الموائد علي شكل حرف (U)
بنهاية واحدة مفتوحة، وعادة ما تكون المقاعد من الخارج، ولكن
أحياناً يتم وضع المقاعد علي الجانبين.

مضيف Host

وصف للدولة أو المدينة أو الاتحاد أو الهيئة أو غيرها، التي تقوم
بالدعوة لإستضافة إحدي المناسبات تحت رعايتها أو مسئوليتها
المالية.

مؤتمر حكومي دولي Inter governmental conference

الاتحاد الدولي لمنظمات المؤتمرات الدولية

International Association of Professional Congress Organization (IAPCO)

ويهدف إلي تخطيط وتنظيم المؤتمرات إضافة إلى تنظيم الدورات
التدريبية، مقره بروكسيل- بلجيكا ويضم الإتحاد في عضويته ٥٠
من منظمات ومراكز المؤتمرات في ١٨ دولة من مختلف دول
العالم .

بهو الفندق Foyer

منطقة الإستقبال وانتظار النزلاء.

كلمة ضيف المؤتمر Guest speech

خطبة أو كلمة للمؤتمر عن موضوع محدد وفقاً لرغبة منظمي
المؤتمر.

المائدة الرئيسية Head table

مكان جلوس ضيوف الشرف أو رؤساء المؤتمر.

طريقة الجلوس علي شكل مربع Hollow square setup

طريقة من طرق الجلوس، ترص فيه الموائد علي هيئة مربع وحولها المقاعد من الخارج .

شبكة المؤتمرات الدولية

International Conference Network (ICON)

وتضم ١٥ شركة ومركز للمؤتمرات يمثلون ١٤ دولة من مختلف دول العالم . وترمي إلي تنشيط صناعة المؤتمرات ومقرها لندن.

الاتحاد الدولي للاجتماعات والمؤتمرات

International Congress and Convention Association (ICCA)

ويعد أول منظمة تنشأ في مجال صناعة المؤتمرات ويهدف إلي التعاون بين الجهات المعنية من وكالات سفر وخطوط طيران وفنادق ومراكز مؤتمرات بشأن تنظيم الاجتماعات والمؤتمرات والمعارض. وتقع في امستردام – هولندا.

لجنة مشتركة Joint committee

المتحدث الرئيسي Keynote speaker

المتحدث الذي يستعرض الأفكار الرئيسية بالمؤتمر.

المنسق / قائد المناقشة Moderator

ويسمي أيضاً : discussion leader

تعدد استخدام وسائل الإعلام Multimedia

استخدام عدة وسائل إعلام سمعية بصرية في عرض واحد.

مأدبة أو حفلة رسمية Official banquet

عادة ما تقام مساءاً ويتم فيها تناول العشاء، وإلقاء بعض الخطب أو الكلمات.

خطاب إفتتاحي Opening address

حفل افتتاحي Opening ceremony

قائمة المشاركين List of participants

مخطط الاجتماعات والمؤتمرات

Meeting and convention planner

شخص أو شركة تقوم بتخطيط الاجتماع أو المؤتمر، ووضع برنامج له لضمان جناحه.

محضر رسمي لمؤتمر Minutes

تسجيل لما تم من أعمال واتخذ من قرارات ويشمل : تاريخ ووقت الاجتماع، اسم الرئيس، أسماء الأعضاء الحضور، أسماء الأعضاء الغياب، ملخص المناقشات، والقارات التي اتخذت.

الجلسة الإفتتاحية Opening session

جلسة الإجتماع أو المؤتمر التي يتم فيها إستعراض البنود الرئيسية لجدول الأعمال، إضافة لإلقاء بعض الخطب.

اللجنة التنظيمية Organizing Committee

مجموعة من المختصين الذين يتبعون السياسيات والإستراتيجيات المناسبة لتنظيم مؤتمر أو إجتماع ما.

مراجعة ما تم في المؤتمر Walk through

أحد كبار الشخصيات VIP (Very Important Person)

مكان الموقع Site Area

المكان الذي تقرر عقد المؤتمر به سواء كان فندقاً أو مركزاً للمؤتمرات أو غيره.

الموقع Site

معاينة مخططي المؤتمر للموقع المخصص لإقامة المؤتمر.

Speaker — المحاضر

الشخص المتحدث في الاجتماعات أوالمؤتمر (بالاجتماع أو المؤتمر أو أية مناسبات أخري).

Speaker Committee — لجنة إختيار المتحدثين

لجنة من المختصين تقوم بإختبار المتحدثين في المؤتمر.

Special Rate — سعر خاص

سعر مخفض للإقامة في الغرف الفندقية للمجموعات.

Sponsors — الراعون

الجهات والأشخاص التي ترعي المؤتمر مادياً أو أدبياً .

Spot Lights — إضاءة مركزة

إضاءة بتركيز عالي ومباشر لجذب الإنتباه.

Symposium — ندوة

اجتماع يضم عدد من الخبراء يلقون محاضرات عن موضوع معين.

Table Microphone — ميكروفون المائدة

الميكروفون الذي يوضع علي المائدة للمتحدث.

Telecommunication — الاتصال عن بعد

Teleconference — اجتماع عن بعد

اتصال من خلال التليفزيون بين مجموعة من المشاركين وهم في أماكنهم .

الجلوس بنظام المسرح Theatre Setup

نظام للجلوس بالاجتماعات، يتم فيه ترتيب المقاعد في صفوف مواجهه للمنصة أو المسرح أو المتحدث.

مؤتمر صحفي Press Conference

دعوة مختلف وسائل الإعلام للإعلان عن موضوع معين.

سجل محاضر جلسات المؤتمر Process Dingo

سجل يشمل تفاصيل المناقشات داخل الجلسات.

غرفة فحص بالمؤتمر Projection Rehearsal Room

غرفة مخصصة لفحص الوسائل السمعية والبصرية للتأكد من سلامتها قبل عرضها داخل جلسات المؤتمر.

تهيئة قاعة المؤتمر Refresh

إعداد وتنظيف قاعة المؤتمر قبل وبعد الجلسات المنعقدة.

مجموعة وثائق المؤتمر Conference packet

سجلات ووثائق يناقشها المؤتمر تسهم في إثراء المناقشة.

حق الكلام Right to speak

مؤتمر مائدة مستديرة Round Table Conference

قائمة طعام حسب الطلب Ala crate

وليمة Banquet

بوفيه (أنواع معينة من الطعام توضع علي طاولات معينة ويقوم المشاركين بخدمة أنفسهم) Buffet

إفطار عالمي (يتكون من عصير فواكه وزبد وخبز ومربي) Continental breakfast

عدد الوجبات التي تُم تقديمها في مؤتمر أو حفلة معينة Covers

خدمة طعام علي الطريقة الفرنسية French Service

عدد الأشخاص المتوقع حضورهم في الحفل أو المؤتمر

Guarantee

عدد الأشخاص الفعليين الذين حضروا إلي الحفل أو المؤتمر

Head Count

طعام خفيف يقدم وقت الظهيرة Luncheon

طعام يوضع علي موائد ويتم تقديمه إلي المدعوين عن طريق وضعه في أطباق (أي طبق لكل شخص) ويتّم خدمته بواسطة عمال الخدمة. Plated Buffet

حفلة يتم فيها خدمة الأغذية والمشروبات للمشاركين وهم واقفين

Reception

فترة إستراحة بين المؤتمر ودائماً يقدم بها مشروبات ساخنة أو باردة وبعض الأغذية الخفيفة. Refreshment Break

وجبة طعام كاملة بإختيارات قليلة وسعر ثابت Table D'Hote

اتفاقية بين الفندق ومنظمة (أي جهة أخري) لتأجير قاعات وغرف نوم Commitment

مدير قسم المؤتمرات Convention Service Manager

تاريخ محدد لغرض الموافقة أو رفض حفل أو مؤتمر

Cut-Off-Date

كتاب موافقة Letter of Agreement

اجتماع أو لقاء قبل انعقاد المؤتمر بين الفندق والمسؤولين عن تنظيم المؤتمر Pre-conference (Pre-con) Meeting

مقترح Proposal

قائمة بأسماء المؤتمرين الذين لديهم حجز في الفندق تقدم من قبل المسؤولين عن تنظيم المؤتمر إلي الفندق Rooming list

الفترة بين موسم الازدحام وموسم الكساد في الفندق Shoulder

أنواع الاجتماعات Types of Meeting

مجموعة صغيرة من المشاركين في المؤتمر أو الإجتماعات الكبيرة تجتمع مع بعضها لغرض مناقشة موضوع معين دون باقي المشاركين. Brek-out sessions

برنامج يقوم بإعداده المؤتمرين Colloquium

عقد الإجتماعات في الوقت المحدد لها Concurrent Sessions

مصطلح أوروبي يطلق علي المؤتمر Congress

ورشة عمل تقام لتدريب لمشاركين على شئ معين لغرض اكتساب معرفة جيدة أو مهارات جديدة. Work shop

قاعات الاجتماع Meeting Rooms

منصة مرتفعة عن الأرض يوضع عليها مائدة لجلوس المسئولين عن إدارة الاجتماع أو المؤتمر. Dais

مائدة كبيرة توضع على الأرض أمام المشاركين في الاجتماع.
Floor or standing lectern

منصة مرتفعة يقف عليها المحاضر في الاجتماع Podium

وقت ترتيب القاعة قبل انعقاد الاجتماع ووقت تنظيف القاعة بعد انتهاء الاجتماع. Setup and Teardown Time

المائدة التي يضع المحاضر عليها أوراقه. Table Lectern

مكان محدد بالقاعة المقام فيها المعرض يخصص لبعض المؤتمرين نظير أجر معين Booth

المساحة المحددة التي تعطي إلى بعض المؤتمرين من المعرض

Booth Area

Consumer show معرض يفتح إلى عامة الناس

الشركة أو المنظمة المسؤولة عن تجهيز الخدمات والمعدات

Contractor

مساحة معينة تعطى لبعض المؤتمرين المشاركين بالمعرض وتكون

على شكل زاوية Corner Booth

Drayage نقل المعدات من مكان وصولها إلى مكان عرضها

مكان معينّ في المعرض يخصص لعرض منتجات معينة

Exhibit Booth

Exhibit manager مدير المعرض

Exhibition معرض

المشاركين في المعرض والذين يعرضون منتجاتهم أو خدماتهم

Exhibitor

Floor Load الحد الأعلي للوزن لكل قدم مربع في المعرض

Gross Square Feet المساحة الكلية للمعرض بالأقدام المربعة

مكان عرَض يوضع أو يخصص في وسط القاعة المقام بها

Island Booth المعرض.لديه أربعة جوانب

Loading Dock منصة الاستلام والشحن لمواد العرض

Modular Exhibit معرض يتضمن عرض مواد أو منتجات

Net square Feet المساحة الحقيقية للمعرض المعرضة للإيجار

Outside Exhibit معرض صغير يقع في الهواء الطلق

فصل أماكن العرض عن بعضها بواسطة ستائر

Pipe and Drope

مدير المعرض Show Manager

وسيلة عرض متنقلة ممكن وضعها علي طاولة

Table Top Display

اتفاق لعقد الحفل Banquet agreement

عقد يتم بين الفندق والعميل يبين ميعاد الحفل وقائمة الطعام المطلوبة وكافة الخدمات التي يحتاجها العميل أثناء الحفل.

مسئول الحفلات بالفندق Banquet Captain

الشخص المسئول عن خدمة الأغذية والمشروبات في الحفل حيث يكون هذا الشخص مسئول عن صالة الطعام.

طلب الحفل Banquet event order

طلب يشتمل على خدمات الأغذية والمشروبات التي تقدم أثناء الحفل.

قاعة الاجتماعات بالفندق Conference style setup

المكان الذي يعقد به الاجتماعات داخل الفندق وتتخذ فيها الموائد شكل مستطيل أو بيضاوي وحولها المقاعد.

مراقب الأغذية والمشروبات

Food and beverage cost controller

الشخص المسئول عن أعمال قسم الأغذية والمشروبات ومراجعة الحسابات الخاصة به.

مدير الأغذية والمشروبات Food and beverage manager

هو الشخص المسئول عن قسم الأغذية والمشروبات بالفندق.

مجموعة الغرف Room Block

الغرف المتاحة بالفندق والتي تخصص لأعضاء المؤتمر وتم حجزها خصيصاً لهم.

سعر إشغال الغرفة — Room Rate

خدمة الغرف — Room Service

قسم بالفندق يختص بتقديم خدمات الطعام والشراب للنزلاء في غرفهم.

مكان للعرض — Booth

عادة هو بناء مؤقت ذو مساحة صغيرة تخصص للمشاركين في المعرض نظير أجر.

العرض — Booth / stand area

مكان تجمع العارضون لعرض منتجاتهم وخدماتهم.

مدير المعرض — Exhibit manager

الشخص المسئول عن المعرض وكل ما به من أجنحة للعرض.

المعرض — Exhibition

مكان لعرض المنتجات لغرض تنمية المبيعات أو الدعاية لها من أجل التسويق لها.

منظم المعرض — Exhibition contractor

المسئول عن عمليات حجز أماكن المعرض.

غرفتان متجاورتان — adjacent rooms

غرفتان متجاورتان يفصلهما باب داخلي — adjoining rooms

حجز مسبق — advance reservation

تاريخ القدوم — arrival date

average rate per guest	متوسط سعر الغرفة للنزيل
average room rate	متوسط سعر الغرفة
blocked room	غرف محجوزة لتاريخ معين وليس لنزيل معين
booked room	غرفة محجوزة لنزيل معين
bounced reservation	لم يستطع الفندق تلبية حجز مؤكد لنزيل
bumped reservation	تحويل نزيل معه حجز مؤكد إلى فندق آخر بسبب عدم وجود غرف
cancellation record	كتاب تسجيل إلغاءات الحجز
cashier reconciliation	مراجعة الصراف
charge back	رفض شركة كروت الائتمان دفع فاتورة الفندق
check in	إجراءات تسجيل نزيل عند قدومه للفندق
check out hour	آخر ميعاد يسمح به للنزيل بمغادرة الغرفة بدون تحميله إيجار اليوم
commercial hotel	فندق بوسط المدينة أو مركزها التجاري
commissions report	كشف بالعمولات والوكالات
competitive pricing	سعر منافس
complimentary rate	غرفة مجانية لضيف في الفندق
confirmation	تأكيد للحجز
credit limit	الحد الأقصى الذي يسمح به للنزيل لدفع الحساب
day rate	إيجار مقابل استخدام نزيل لغرفة أثناء النهار فقط
family plan rate	سعر خاص لأسرة تقيم في نفس الغرفة

folio	غرفة حساب النزيل
full house	إشغال كامل لكل الغرف المتاحة بالفندق
group plan rate	سعر خاص لمجموعة
guest history file	كتاب به بيانات النزلاء السابقين في الفندق
house count	عدد النزلاء بالفندق
key rack	لوحة لحفظ مفاتيح الغرف
no, show	نزيل حاصل على حجز مؤكد لكنه لم يحضر للفندق
occupancy mix	نسب الغرف التي بها نزيل ونزيلين أو أكثر
occupancy status	عدد الغرف المشغولة
over booking	نسبة إشغال الغرف × ١٠٠ =
pbx (public board exchange)	عدد الغرف الصالحة للسكن
preassignment	تأكيد حجوزات أكثر من الغرف المتاحة
profit center	الهواتف
pack pate	تخصيص الغرف للنزلاء أو المجموعات قبل وصولهم
registration card	مركز ربح
reservation pack	سعر الغرف المعلن عنه
room discrepancy report	بطاقة التسجيل
skipper	حامل الحجوزات
stay over	كشف أخطاء التسكين
wake, up clock	نزيل يغادر الفندق بدون دفع

الفاتورة

walk in	نزيل يقيم بالفندق لفترة أكبر من التي حجزها
	نظام إيقاظ النزلاء نزيل يحضر بدون حجز مسبق
	حجز مضمون بمقدم الدفع
advance deposit guaranteed reservations	
airport hotel	فندق يقع بجانب المطار
american plan (ap)	الخطة الأمريكية لأسعار الغرف
arrival date	تاريخ الوصول
auditing	المراجعة المحاسبية
authorization code	رقم الموافقة الإلكترونية علي صلاحية الدفع ببطاقة الأئتمان
availability report	تقرير عن توافر الغرف
average daily rate	متوسط سعر الغرفة اليومي
average rate per guest	متوسط سعر الغرفة لكل عميل
back of the house	الأقسام الخلفية ليس لها احتكاك مباشر مع النزلاء
back office application modules	برامج الحاسب الألي للمكاتب الخلفية
bed and breakfast (b&b)	سرير + إفطار
block	مجموعة غرف مخصصة للمجموعات السياحية
book	يحجز مقدماً

bucket check	تقرير حالات وأسعار الغرف للمراجعة
call accounting system	نظام تسعير المكالمات التليفونية
cancellation	إلغاء
cancellation hour	وقت ساعة الإلغاء
cancellation number	رقم الإلغاءِ
cash advance voucher	فاتورة الدفع النقدي مقدماً
cash bank	صندوق النقد
cash voucher	فاتورة الدفع بالنقد
central reservation system	نظام الحجز المركزي
centralized electronic locking system	نظام الإغلاق بالمفاتيح الإلكترونية
chain hotel	سلسلة فنادق
charge voucher	فاتورة لقيود الشراء الأجل
check-out	المغادرة
check-out time	وقت المغادرة
city ledger	حسابات التحويل علي الشركات
commercial hotel	فندق
commercial rate	سعر الغرف الخاص بالشركات
complimentary	مجاني
compressed work schedule	جداول العمل المضغوطة
concierge	خدمة الأستعلامات
confernece center	مركز مؤتمرات

confernece letter	خطاب تأكيد الحجز
confirmation number	رقم تأكيد الحجز
connecting rooms	غرف متصلة بباب جانبي بينهما
continental breakfast	إفطار عالمي
contribution margin .	هامش الربح
corporate guaranteed reservation	حجز مضمون بأسم شركة
corporate rate	أسعار الشركات
correction voucher	فاتورة تصحيح قيد محاسبي
cost per occupied room	التكلفة لكل غرفة مشغولة
credit (cr)	دائن
credit card guaranteed reservation	حجز مضمون ببطاقة الائتمان
credit card settlement system	نظام تسوية الحساب ببطاقة الائتمان
credit card voucher	فاتورة لتسجيل معاملة ببطاقة الائتمان
cross-training	تدريب لموظف من قسم معين في قسم أخر
current account	حساب جاري
cut-off date	أخر تاريخ كفترة سماح لسريان الحجز
daily operations report	تقرير العمليات اليومية
day shift	الوردية الصباحية
day use rate	سعر استعمال الغرفة لنهار واحد

debit (dr)	مدين
displacement	تحويل الحجز لفندق أخر لعدم وجودغرف شاغرة
dnco (did not check out)	غرفة لم تغادر
double	مزدوجة
double occupancy ratio	معادلة الأشغال المزدوج
early arrival	وصول مبكر
economy/limited service	خدمة محدودة وأقتصادية
electronic locking system	نظام المفاتيح الإلكترونية
emergency key	مفتاح الطوارئ
employee folio	فاتورة الموظف
end of day	نهاية اليوم محاسبياً
european plan	الخطة الأوروبية لأسعار الغرف
evening shift	الوردية المسائية
executive floor	طوابق رجال الأعمال
expected arrival list	كشف الوصول المتوقع
expected departure list	كشف المغادرو المتوقعة
express check out	مغادرة سريعة
family rate	سعر للعائلات
fixed costs	تكاليف ثابتة
flextime	جداول العمل المرنة
folio	فاتورة
folio tray	درج للفواتير
forecasting	توقع

free independent traveler (fit)	سائح فردي
front desk	قسم الأستقبال
front desk agent	موظف الأستقبال
front of the house	الأقسام الأمامية لها احتكاك مباشر مع العملاء
front office	المكاتب الأمامية
front office cash sheet	كشف المعاملات النقدية
front office ledger	دفتر أستاذ حسابات المكاتب الأمامية
full house	الفندق ممتلئ
fully automated	العمليات الآلية
general management software	برامج الإدارة العامة
global distribution system (gds)	نظم الحجز العالمية
goal	هدف
government rate	سعر الغرف لموظفي الحكومة
group rate	سعلا الغرف للمجموعات
guranteed reservation	حجز مضمون
guest account	حساب العميل
guest accounting management software	برامج محاسبية لحسابات العملاء
guest cycle	دورة خدمة النزيل

guest folio	فاتورة العميل
guest history file	ملف تاريخ النزلاء السابقين
guest ledger	دفتر أستاذ حسابات العملاء
guest service representative	موظف خدمة العملاء
guestroom key	مفتاح غرفة العميل
handicapp room	غرف خاصة للمعوقين
high balance account	حساب ذو رصيد عالي
high balance report	تقرير الحسابات ذات الأرصدة العالية
hotel	فندق
house account	حساب خاص بالفندق
house count	عدد الغرف في الفندق
house limit	الحد الأقصي لأرصدة الحسابات المسموح به
house use	استعمال الغرف لغرض خاص بالفندق
housekeeping status	حالة الغرف
hubbart formula	نظام هوبرت لتحديد أسعار الغرف
hurdle rate	أدني حد ممكن للأسعار يمنح للنزلاء
incentive program	برنامج سياحة الحوافز
incentive rate	أسعار برنامج سياحة الحوافز
incentive travel	سياحة الحوافز
independent hotel	فندق مستقل

information directory دليل استعلامات الفندق

البرامج المرتبطة ببرنامج الحاسب الألي للمكاتب الأمامية

interface applications

interview evaluation form نموذج تقييم المقابلة الشخصية

job breakdown التفصيل الوظيفي للمهام

job description التوصيف الوظيفي

job list المهام الوظيفية

job specification الشروط الوظيفية

junior suite جناح صغير

key rack الأرفف الخاصة بالمفاتيح

king bed سرير ملكي كبير

late arrival وصول متأخر

late charge قيود متأخرة

late check-out مغادرة متأخرة

late check-out fee مصاريف المغادرة المتأخرة

log book سجل عمليات المكاتب الأمامية

magnetic strip reader قارئ بطاقة الأئتمان المغناطيسي

mail, message, and key rack أرفف المفاتيح والرسائل والبريد

management contract عقد إدارة فندق

market segmentation تقسيم السوق لشرائح

الفاتورة الرئيسية لمجموعة

master folio غرف

master key	المفتاح الرئيسي
mid-range service	خدمة متوسطة المستوي
minimum length of stay	الحد الأدني للإقامة
mini-suite	جناح فندقي صغير
miscellaneous charge order	كوبونات دفع سياحية
mission statement	الرسالة التسويقية للفندق
modified american plan (map)	الخطة الأمريكية المعدلة لأسعار الغرف
motel	موتيل
motivation	رفع الروح المعنوية
multiple occupancy percentage	نسبة الأشغال للغرف غير المفردة
multiple occupancy ratio	معادلة نسبة الأشغال للغرف غير المفردة
night audit	المراجع الليلي
night auditor	الوردية الليلية
night shift	الحجز غير المضمون
non-guranteed reservation	إلغاء الحجز لعدم حضور العميل
occupancy percentage	النسبة المئوية للأشغال
occupancy ratio	معادلة نسبة الأشغال
occupancy report	تقرير إشغال الغرف
occupied	مشغولة

on-change غرفة تحت التغيير
operating ratios معادلات العمليات التشغيلية
organization chart الهيكل التنظيمي
oprientation برنامج توجيه الموظفين الجدد
out-of-order غرفة خارج أمر التشغيل
overbooking حجز فوق المتاح
سعر الغرف ضمن لعروض خدمات بتخفيضات
package plan rate
paid-out تسليف نقدي للنزيل
performance appraisal تقييم الأداء
مواصفات الأداء الوظيفي
كشف لحسابات العملاء المدفوعة مقدماً كلياً أو جزئياً
performance standard
pia (paid-in-advance) list مراكز الإيراد كالمطعم
point of sale ترحيل القيود
posting الحجز المضمون بالدفع مقدماً
التحكم الإلكتروني لقسم التليفونات
prepayement guaranteed reservation
سعر الغرف في البرامج الترويجية
private branch exchange (pbx)
promotional rate البيع المباشر للغرف من الفندق دون وسيط
property direct برامج الحاسب الآلي للمنشأة
property management system غرفة رباعية

quality assurance	نظام تأكيد الجودة
queen	غرفة ملكية
queen bed	سرير ملكي صغير
rack rate	السعر الكامل للغرفة دون تخفيض
reasonable accommodation	إقامة بسعر معقول
registration	عملية التسكين
registration card	بطاقة عملية التسكين
reservation	حجز
reservation confirmation	تأكيد الحجز
reservation file	ملف الحجز
reservations control book	سجل إدارة الحجوزات
reservations history	تاريخ الحجوزات السابقة.
resort hotel	المنتجعات
revenue center	مراكز الإيراد كالمطاعم
revenue forecast report	تقرير توقعات الإيراد
room assignment	تخصيص الغرف
room night	ليلة فندقية
room rate	سعر الغرفة
room status report	تقرير حالات الغرف
room variance report	تقرير اختلاف حالات الغرف بين الإشراف الداخلي والمكاتب الأمامية
	قطاع الغرف

rooms division — دفتر أستاذ حسابات الغرف

rooms ledger — ماكينات التسكين المغادرة الآلية

self-registration/check-out terminal — تسوية الحساب

settlement

single room — غرفة مفردة

split folio — فاتورة حسابات منفصلة من حساب رئيسي

strategy — استراتيجية

suite — جناح فندقي

suite hotel — فندق أجنحة فندقية

system update — تحديث برنامج الحاسب الألي محاسبياً

target markets — الأسواق المستهدفة

time-share hotel — فنادق المشاركة الزمنية

tour group — مجموعة سياحية

transaction — قيد

travel agency voucher — كوبون شركة سياحة

travel agent guaranteed reservation — حجز مضمون بواسطة شركة سياحية

traveler's check — شيك سياحي

trial balance — ميزان المراجعة

triple — غرفة ثلاثية

تقرير تحويل الحجوزات لفندق

turna way report — أخر لعدم توافر غرف

الخدمات الملحقة بقسم المكاتب الأمامية

uniformed service	
upselling	الجهود البيعية الإضافية لزيادة الإيرادات
vacant and ready	غرفة شاغرة وجاهزة للتسكين
voicemail box	جهاز الرد الألي علي المكالمات
waiting list	قائمة أنتظار الحجوزات
wake-up call	مكالمات الإيقاظ
walk-in	ضيف بدون حجز مسبق
world-class service	مستوي خدمة عالمية
the size of the rooms	عدد وحجم غرف الفندق
the amount of furniture	كمية الأثاث
the size of the beds	حجم الأسرة
beverage outlets & the existence of food	توافر خدمات الأغذية المشروبات
the hours of operation	ساعات تشغيل الخدمات
parking lots	توفير مواقف للسيارات
television	توافر أجهزة التليفزيون في كل غرفة
swimming pools	توافر حمامات سباحة
centralized air conditioning	توافر تكييف مركزي
multipurpose ball rooms	توافر قاعات متعددة الأغراض
housekeeping services	توفير خدمة الإشراف الداخلي
clearliness	النظافة
quality of services	جودة الخدمات
prices	الأسعار
check-out time	وقت المغادرة

تغيير البياضات
changing of linen

معاملة الموظفين للضيوف ممتازة
politeness of staff

النزيل سوي حسابه وسلم مفتاح الغرفة وغادر الفندق
check-out time

طلب النزيل أن يغادر في وقت متأخرعن الزمن المسموح به، ربما يدفع مصاريف علي هذا الوقت الإضافي حسب لائحة أسعار الفندق
late check-out

single	غرفة مفردة
double	غرفة مزدوجة
triple	غرفة ثلاثية لثلاثة أشخاص ربما بها ثلاثة أسرة
quad	غرفة رباعية
queen	غرفة بسرير ملكي صغير
king	غرفة بسرير ملكي كبير
twin	غرفة بسريرين
double-double	غرفة بسريرين كبيرين
studio	غرفة بسرير يمكن تحويله لكنبة ربما بها أسرة آخر

جناح: غرف جلوس متصلة بغرفة أو عدة غرف نوم
mini suite of junior suite

جناح صغير غرفة بسرير مع منطقة للجلوس متصلة أو منفصلة
suite

غرف متجاورة جنباً إلي جنب ومتصلة بباب جانبي بينها
connecting rooms

غرف متجاورة جنباً إلي جنب بدون أبواب جانبية
adjoining rooms

غرف متقاربة أو متقابلة في نفس الممر adjacent rooms

غرفة مشغولة بنزيل occuppied

غرفة مشغولة بنزيل مجانية وغير مطالب بدفع مقابل استعمالها
complimentary

النزيل لن يغادر اليوم وسيمد إقامته stayover

النزيل غادر الغرفة وهي تحت التنظيف لتكون جاهزة لعميل أخر
on-change

طلب النزيل ألا يزعجه أحد بالطرق علي باب الغرفة أو الاتصال به
do not disturb

الغرفة مشغولة بالنزيل ولكن لم يقض بها الليلة sleep-out

النزيل غادر الفندق بدون تسوية حسابه skipper

العميل غادر بعد تسوية حسابه ولكن موظف الأستقبال لم يحدث بيانات الغرفة، أي أن الغرفة مازالت علي الحاسب مشغولة رغم أنها مغادرة sleeper

شاغرة وجاهزة للإسكان vacant and ready

غرفة بها أعطال وتحت الصيانة أو تخضع لنظافة شاملة ولا يمكن تسكينها out-of-order

غرفة خارج الخدمة ولا يمكن تسكينها ولكن تدخل في عداد الغرف الجاهزة out-of-service

إغلاق الغرفة المشغولة وعدم السماح للنزيل بدخوله لأجراء قانوني
lock-out

تم تسوية حساب النزيل ولكنه غادر بدون إخبار الأستقبال
dnco (did not check out)
غرفة متوقع مغادرتها لهذا اليوم due out

إن العمل الفندقي هو عمل خدمات وأغلبه عمل مباشر مع مختلف طبقات وشرائح المجتمع ولهذا السبب فإن الشخص الذي يعمل في هذه الصناعة يجب أن يحمل مؤهلات خاصة تختلف عن مؤهلات العمل في الصناعات الأخرى تمكنه من أداء أعماله بصورة صحيحة وفي نفس الوقت تمكنه من التلاؤم والإبداع في العمل ومن أهم هذه المؤهلات حب الناس والرغبة في خدمتهم للنجاح في صناعة الفنادق. يجب أن يتمتع الشخص الذي يرغب في العمل في الفنادق على قابلية التأقلم السريع مع مختلف شرائح المجتمع ومع مختلف الحالات المتوقعة وغير المتوقعة. ولديه القدرة على السيطرة وضبط النفس والأعصاب في المواقف المحرجة أو عند التعرض إلى ضغط معين، ويجب أن يتقدم في السلم الوظيفي حتى يبرهن إمكانياته القيادية التي تحتاج معرفة فنية وإدارية خاصة والتي تجعل زملاؤه ومرؤوسيه يتعاونون معه ويحترمونه، وبالتالي يؤدون ما يطلب منهم بالصورة التي يرغبها النزلاء وفي الوقت المناسب، يتمتع بالشخصية المحبوبة والابتسامة الدائمة واللياقة البدنية والملابس الأنيقة التي تعد من إحدى المؤهلات الضرورية للعمل في الفنادق، لديه الثقافة العامة ومعرفة كاملة بالبلد الذي يقع به الفندق بالإضافة إلى الشهادة المناسبة، معرفة لغة أجنبية واحدة على

الأقل وخاصة في الفنادق التجارية أو فنادق المطارات التي يرتادها الكثير من الأجانب.

وهناك عدة عوامل تساعد على نجاح الفندق وزيادة نسب إشغاله وتساعد على تفضيل العملاء له وتميزه عن الفنادق المنافسة، والحقيقة إننا لا نستطيع أن نضع تصنيفاً جامعاً لكل النوعيات من البشر والتي تقيم في الفنادق فهم خليط من سياح ورجال أعمال وطلاب وذوي طبقات ومستويات مختلفة.

يرجع في الغالبية إلى أنهم يفضلون الفندق باعتباره يوفر لهم مختلف ويشبع رغباتِهم بحيث يستطيعون الاعتماد كلياً في معيشتهم على إمكانيات الفندق ومن أهم العوامل التي تساعد غلى جذب العملاء له السعر يجب أن يؤخذ ذلك بنظر الاعتبار عند وضع الأسعار لأن السعر يلعب دور مهم في نجاح الفندق وزيادة نسبة إشغاله وذلك لأن معظم الفنادق تمنح خصم معين بمقدار ٢٠% وأكثر للضيوف الدائمين وشركات السياحة أو أي أشخاص تابعين للسفارات أو الدوائر الحكومية التي تتعامل مع الفندق.

وكل فندق يضع قائمة أسعار بما يقدمه من أغذية ومشروبات وخدمات أخرى حيث أن الفندق من المشاريع الاقتصادية ذات التكاليف الثابتة بمعنى أن سواء كانت نسبة إشغال الغرف ١٠٠% أو ٢٠%، فإن على الفندق تكاليف ثابتة يجب أن يدفعها ولا تنخفض بانخفاض عدد العملاء.

وبعض الضيوف يفضلون فندق على آخر نتيجة انخفاض أسعاره عن أسعار الفندق المنافس أو نتيجة إعطائهم خصم معين قد لا

يحصلون عليه في الفنادق الأخرى، الموقع كثير من العملاء يفضلون الفنادق التي تكون في المنطقة التجارية في المدن بحيث يستطيعون الشراء ومشاهدة المحلات والأماكن المهمة، فمثلاً أغلب رجال الأعمال يفضلون الفنادق التجارية التي تقع في قلب المنطقة التجارية حتى تكون بالقرب من مراكز أعمالهم واجتماعاتهم، وكثير من المسافرين بالسيارات يفضلون الإقامة في الموتيلات القريبة من الطرق السريعة لأنها أقرب لهم، كثير من ذوي الدخول المحدودة يفضلون الإقامة في الموتيلات لأنها أرخص من الفنادق. في حالة فنادق المطارات نرى كثير من رجال الأعمال يفضلون عقد اجتماعاتهم هناك أفضل لهم من دخول المدينة وضياع كثير من الوقت ولهذا نجد أن لموقع الفندق أهمية كبيرة بالنسبة لتفضيل الضيوف لفندق أو لآخر وبالتالي موقع الفندق الجيد وتوفر طرق المواصلات إليه يساعد على زيادة نسب إشغاله ونجاحه حيث إن موقع الفندق لا يعني فقط مجرد الإقامة في المكان المناسب بل يتوقف على إمكانية الوصول للفندق بسهولة.

فالإعلان وسيلة ضرورية في التأثير على اختيار العميل لفندق معين وتفضيله عن الفنادق الأخرى، والإعلان يأخذ أشكال وصور مختلفة كأن يكون في التليفزيون أو على شكل نشرات أو لوحات إعلانية على الطرق السريعة أو إعلانات في الصحف والمجلات أو على شكل اتصال مباشر مع وكلاء السفر أو لشركات الطيران العالمية والمحلية أو المشاركة في المعارض السياحية أو عبر الإنترنت.

حيث أن الإعلان في وقتنا الحاضر مهم جداً وهو الوسيلة الفعالة لتعريف العملاء بالخدمات المقدمة بالفندق، والإعلان الجيد هو الذي يصل إلى الجمهور بسرعة ويؤثر فيهم ويحفزهم على زيادة الفندق والتعرف على خدماته وخاصة في حالة المنافسة ووجود عدد كبير من الفنادق، وعن طريق الإعلان يستطيع الجمهور معرفة موقع الفندق وخدماته، وما يقدمه من أطعمة ونوعية الغرف ولهذا نرى أن كثير من الناس يلجئون إلى فندق معين إذا تأثروا بالإعلان الذي يقدمه الفندق، ولهذا نرى أن كثير من الضيوف يفضلون فندق معين لأنهم تأثروا بالإعلان الذي يوجهه الفندق، لذلك نسبة كبيرة من الأموال في الفنادق تنفق على الإعلان والترويج لغرض تعريف الجمهور بالفندق وخدماته.

حيث أن كثير من العملاء يفضلون الإقامة في فندق ما لأن الأغذية والمشروبات أفضل وأحسن من بقية الفنادق. أو لأن الفندق يحتوي على مطاعم متخصصة مثل المطعم الصيني أو الفرنسي أو الياباني أو الإيطالي لها دَور كبير وكثير من الضيوف يفضلون فندق معين على آخر لأنه يقدم أشهى المأكولات أو يحتوي على مطاعم متخصصة يفضلها وذلك يساعد على زيادة إيرادات الفندق وزيادة نسب إشغاله وبالتالي نجاح الفندق.

ويعتبر الديكور من العوامل التي تساعد على نجاح الفندق والديكور الخارجي المميز يعطي شعور لدى الضيوف بأن غرف الفندق وقاعاته مميزة، وأيضاً عامل الشعور بالنظافة قد يأتي من الديكور الخارجي والداخلي للفندق.

وتنفق بعض الفنادق أموالاً طائلة لتتميز بالديكور الجذاب ولتجعله علامة مميزة أو مكان مميز عن غيره، فنجد أن كثير من الضيوف يأتون إلى الفندق لشعورهم أن الفندق ذو الديكور المميز بالتأكيد تكون خدماته وإدارته مميزة عن البقية. وبعض السلاسل الفندقية تضع ديكورا مميزا لكل فنادقها حيث يستطيع أن يميز فندق تابع للسلسلة من الديكور الخارجي أو الداخلي للفندق. وفي سبيل ذلك تنفق مبالغ طائلة على ديكور فنادقها الخارجية والداخلية حتى تصبح علامة مميزة من الديكور البديع والذوق الرفيع حيث أن كثير من الناس يأتون إلى الفندق للتمتع بديكور الفندق وخاصة الصالة الرئيسية لهذه الفنادق، ويتواجدون في الصالة الرئيسية لهذه الفنادق للتمتع بالمناظر الجميلة.

تعتبر الخدمات التي يقدمها الفندق مهمة جداً لنجاحه فنجد أن هناك بعض الفنادق تقدم خدمات متكاملة للضيوف بحيث أن المقيمين في الفندق لا يحتاجون لأي خدمة خارجية، كل الخدمات التي يطلبونها يستطيعون الحصول عليها داخل الفندق. كثير من العملاء يفضلون هذا النوع من الفنادق التي تقدم لهم كافة الخدمات الممكنة لأنها توفر لهم الوقت والجهد حيث تقدم خدمات البريد، الفاكس، الترجمة، الحاسب الآلي، قاعات الاجتماعات، قاعات للمؤتمرات، خدمات الغرف، نظام فيديو داخلي، النادي الصحي، ملاعب، خدمات ترفيهية، حمامات سباحة، تليفونات خارجية، بنوك، مكاتب تأجير سيارات، مكتب استعلامات، مطاعم متنوعة، محلات تجارية.

استقبال الضيوف والترحيب بهم والابتسامة التي ترغب الضيوف بالفندق وكذلك المقابلة من قبل موظفي الاستقبال والحجز والاستعلامات للضيوف والتفاني في خدمتهم واحترامهم. المعاملة التي يحظى بها العملاء في مطاعم الفندق من قبل القائمين بالخدمة لها دور كبير في زيادة نسب الإشغال الفندقي وبالتالي نجاح الفندق.

وبصورة عامة ذلك يعتمد على مدى كفاءة العاملين في الفندق ومستوى تدريبهم ومدى كفاءة الإدارة الفندقية. حيث أن خدمة الضيوف والرغبة في إشباع حاجاتهم والاستقبال الحسن لهم من أهم العوامل التي تساعد على نجاح الفندق ولذلك نرى كثير من الضيوف يفضلون فندق على آخر بالرغم من تساوي الخدمات والأسعار وجودة الأغذية والمشروبات مع الفنادق المنافسة وذلك نتيجة الترحيب والاستقبال الذي يجدوه من موظفي المكاتب الأمامية وعمال الخدمة. كل هذه العوامل تعتبر هامة لنجاح الفندق.
يتكون النظام الفندقي من مجموعة مكونات مختلفة متكاملة مع بعضها تمثل أقسام الفندق تعمل من أجل تحقيق أهداف الفندق بالكيفية والطريقة المحددة مسبقاً من قبل الإدارة.
والمسئول عن تحقيق أهداف الإدارة أقسام الصيانة والإدارة والمبيعات والإدارة المالية والمشتريات والعلاقات العامة والأمن والمطبخ وشئون العاملين وكذلك المطاعم وخدمة الغرف والمغسلة والحفلات والمؤتمرات والنادي الصحي وفي سبيل تحقيق أهداف الإدارة لابد من وجود تخطيط فندقي حيث يتم تحديد ورسم الخطوات المستقبلية لتحقيق تلك الأهداف وإجراء تنظيم فندقي للموارد البشرية

والمالية المتاحة بالفندق حسب أسس وقواعد تتماشى مع سياسة الإدارة.

لا يستطيع أحد شراء الحماس والولاء بل يجب أن يكتسب عن طريق الحوافز، ولذلك يتجه بعض المديرين إلى رفع الروح المعنوية لدى العاملين بما يكون له رد فعل إيجابي على الأداء. فالحوافز المادية والمعنوية تساعد على زيادة كفاءة العاملين، بجانب اكتساب المهارات والتدريب وحب العمل والشعور بالانتماء وخلق روح الفريق. فالإنسان له عدة احتياجات مثل الغذاء واحتياجات أمنية واجتماعية بالإضافة إلى احتياجه للتقدير وتحقيق الذات. ونظراً لاختلاف هذه الاحتياجات من شخص لآخر فعلى المدير محاولة إيجاد الحافز المناسب لكل من العاملين وذلك بتنويع الحوافز.

ولابد من تحديد أهداف واضحة ومحددة، مراجعة رد فعل الأهداف على الأداء، تقييم الأداء الذي يؤدي إلى حوافز إيجابية والأداء الذي يؤدي إلى جزاء، تحديد العمل الذي يؤدي إلى تحقيق الذات للعاملين، العمل على وجود مكافآت مادية ملموسة كما يتم التركيز أيضاً على التقدير الفوري العلني في حالة المكافآت المعنوية، تعيين المديرين والمشرفين الأكفاء ذوي المهارات اللازمة، مراعاة التدريب المستمر من أجل رفع كفاءة العاملين، حث العاملين على العمل الجماعي عن طريق إعطائهم أعمالاً مرتبطة بما تدربوا عليه والحرص على تنمية العملية الفكرية لدى العاملين، إقامة العلاقات الطيبة مع العاملين وتجنب الوعود التي لا تستطيع المنشأة الوفاء بها، إعطاء الفرص المتكافئة للجميع للترقية، توفير عملية اتصال

فعالة لا تعوقها شوائب في المنشأة بصفة عامة، إجراء تعارف للعاملين الجدد وتكريم للمتقاعدين، بث روح التعلم عند الأفراد وشرح التطبيقات العملية والفوائد التي تعود عليه جراء ذلك، البحث عن طريقة فعالة لإصلاح الخطأ وعدم تكراره ومساعدة الفرد على اكتساب الثقة في النفس لتجنب الإحباط ودفعه إلى القيام بإنجازات مستقبلية، الاستماع إلى الآراء المختلفة وعمل البحوث اللازمة لاتخاذ القرارات المناسبة والبناءة، بناء فريق عمل متماسك من أجل الحصول على أفكار إبداعية من الفر يق مما يجعل العاملين راغبين لتنفيذ الخطة إذ يشعرون بأنهم يشاركون في تقديمها.

يراعى عدم تصنيف الأفراد نتيجة لمواقف سابقة. فمثلاً إذا أخطأ أحد فهذا لا يعني تقييمه بأنه غير كفء فالمواقف تتغير وسلوك الأفراد يتغير أيضاً. والحكم على شخص بأنه غير كفء يؤدي به إلى الاستمرار في الخطأ، ويجب إعطاء العاملين الثقة في أنفسهم وفي المنشأة لكي يتصرفوا كأهل لهذه الثقة وإعطاء مكافآت بصورة استثنائية يؤدي إلى ردود فعل عكسية عند العاملين الآخرين، ويعتبرها من يحصل عليها حقاً مكتسباً ولذلك يجب صرف النظر عنها كما أنه من الأفضل تجنب إعطاء مزايا مرتبطة بالمنصب لا يتمتع بها الآخرون حيث يؤدي تلك المزايا إلى إحباط العاملين واستفزازهم والشعور بالظلم.

وكثيرا ما يبحث المدير عند حدوث خطأ ما من يلقي عليه اللوم بينما قد يكون فرد آخر هو الذي ارتكب الخطأ، مما يؤدي إلى انعدام الثقة فيه حيث أنه لم يتحمل مسئولية أخطائه، ويشعر العاملون أنه لا

يمكن الاعتماد عليه وأنه لا يحترم الأفراد، بل يفضلون المدير الذي لا يتردد في الاعتراف بأنه لم يكن دائماً على صواب وقبل إلقاء اللوم على أحد العاملين بسبب إهماله في العمل يتفهم الأسباب الحقيقية لأوجه القصور قبل أن يلقي اللوم عليه ويصدر حكماً مسبقاً له.

كثيراً ما يكون النقد فورياً عندما يبرر أي خطأ ومن الأفضل أن يعرب المدير عن تقديره للعاملين أولاً بأول لدفعهم إلى العمل، فإذا أنجز أحد الأفراد جزءاً من العمل المكلف به بكفاءة، فعلى المدير أن يثني على ما أنجزه مما يدفعه إلى إتمامه ولا يؤدي ذلك إلى تكاسل العاملين ومن الأفضل وضع نظم إدارية سليمة تشرك العاملين في اتخاذ القرارات مما يدفع العاملين إلى إجراء الرقابة الذاتية، والإحساس بالانتماء لتشجيع الأفراد على تحديد ومعالجة مشاكلهم بأنفسهم مع إشاعة مناخ من التفاؤل بدلاً من إتباع أسلوب الترهيب والتخويف بحيث يشعر الجميع باحترام المدير كما يجب أن يتسم المدير بالصبر والإقناع والتشجيع ويظهر لمعاونيه أنه يثق في قدراتهم مما يدفعهم لتوسيع نطاق مهاراتهم ويحثهم على الطموح المستمر ويبث شرارة الإقدام والحماسة لديهم.

وتعتمد الحوافز السلبية على الترهيب أو التهديد بالنقل أو الخصومات أو التكليف بمسئوليات أقل أهمية أو الحرمان من بعض الامتيازات. وهي وسيلة غير فعالة عادة لزيادة كفاءة العاملين لأن الفرد سيشعر باستياء مما قد يبني حائط بين العامل ومديره وقد يدفعه للتمرد على التعليمات بسبب تهكم زملائه ولخوفه من العقاب أو

يؤدي به الأمر إلى عدم الانضباط إذا شعر بأن المدير متحيزاً أو عدم التزام المدير بتنفيذ تهديداته مما يؤدي إلى الإحباط وزيادة أسلوبه السلبي.

وتتوع الحوافز فمنها الحوافز المادية والحوافز المعنوية مثل التقدير وتنمية الذات والروابط الاجتماعية، فمن الضروري على المدير الاهتمام بالحوافز المادية وغير المادية لتلبية الاحتياجات المختلفة، وأهم حافز يدفع العاملين إلى الإبداع والمبادرة هو أن يكون المدير بمثابة دافع للعاملين، وذلك يتطلب قدرة على الإنجاز مهما كانت الصعوبات وعدم التشاؤم أو اللجوء لكلمة مستحيل. كما يجب تجنب أسلوب الإدارة السلبية القائمة على التهديد والترهيب. فالعاملون سوف يمثلون لأوامر المدير في حضوره فقط، ولكن سيتصرفون بصورة مختلفة في غيابه. ويوجد نوعان من الحوافز تشمل الحوافز الإيجابية الإشادة وإشراك العاملين في اتخاذ القرارات وحوافز مادية ومعنوية. والحوافز السلبية فتتضمن النقد، الغرامات، النقل، الحرمان من الترقية والفصل. ويعد العنصر الرئيسي في عملية الانضباط هو تحديد المسئولين عنه. وتقع هذه المسئولية على عاتق جميع المستويات الإدارية وهذا يتضمن التعليمات والقواعد، والهدف منها فمثلاً إن وضعت تعليمات بعدم التدخين في الأماكن التي بها مواد قابلة للاشتعال من أجل سلامة العاملين فيجب أن يكون واضحاً أمامهم الأسباب التي دعت إلى تلك التعليمات.

ومن الجدير بالذكر أن القائمون بالعمل لا يؤدون عملهم بطريقة مرضية لأنهم قد يجهلون ما يجب أن يقوموا به من أعمال، يجهلون

لماذا يقومون به، يجهلون كيف يقومون به، يجهلون متى يقومون به، لا يريدون القيام به، ويمكن تجنب ذلك من خلال توصيف العمل وضرورة شرح فائدة العمل الذي يقوم به الفرد. ويعالج بالتركيز على اكتساب الخبرات. ويظهر أهمية عمل توقيتات محددة للتنفيذ وذلك يستلزم وجود حافز لخلق الرغبة في العمل لدى العاملين ويتطلب ذلك تحديد المعايير وقياس الأداء ومقارنة بين الأداء الفعلي والمعايير الموضوعة وتقييم الأداء واكتساب مدى الانحراف عن المعايير الموضوعة وتحديد ومعرفة سبب الانحراف واختيار الخطوات اللازمة من أجل الانضباط وتحديد أهداف لإصلاح الأداء المنحرف ومواجهة المسئول عن الانحراف وتحديد الجزاء المناسب وتنفيذه وإعادة التقييم على فترات والاستمرار أو عدم الاستمرار في خطة الإصلاح.

وأيضاً توضيح المعايير بالنسبة للأداء المطلوب والجودة والشروط الموضوعة للذين يقومون بالعمل كما توضع معايير بالنسبة للخدمات والتشغيل والصيانة.

وعند تطبيق الجزاءات على المدير اختيار الجزاء المناسب مثل النقد الشفوي، النقد التحريري، الحرمان من الامتيازات، الغرامات، النقل، الفصل لمدة معينة، الفصل النهائي إذا كان في سلطة المدير، الجزاءات تتدرج من الأبسط إلى الأشد.

ضرورة تطبيق الجزاء بطريقة غير معلنة ويبلغ بها الفرد الذي يثبت عليه الانحراف فقط لكي يتجنب تهكم العاملين مما قد يدفعه إلى فقدان الثقة بالنفس والشعور بالحقد على زملائه وخاصة المدير،

يجب أن يكون للجزاء أسباب ومبررات فيعرف العامل سببه وكيفية تجنبه في المستقبل، منعاً للمساس بمبدأ وحدة السلطة يجب على المدير المباشر القيام بفرض الجزاء شخصياً، التركيز على معاملة محايدة والتركيز على الجزاء الإيجابي بدلا من الجزاء السلبي وذلك من خلال تقديم النصيحة البناءة للعاملين، وإظهار الاهتمام بالعاملين والرغبة الصادقة لمساعدتهم على تحسين أدائهم وسلوكهم واتجاهاتهم. ولا مفر من الجزاء السلبي إذا أصر الفرد على الخطأ، الإصرار على إصدار الجزاء لمن يستحقه ضماناً لحسن أداء العمل وإنجاز العمل على أحسن وجه، الإعلان الواضح للعاملين على ضرورة التوصيل إلى أعلى معدلات الأداء داخل العمل، وفي حالة عدم التزامهم بمستوى الأداء المطلوب من أجل تحقيق أهداف المنشأة سيتعرضون إلى الإجراءات الرادعة لمواجهة عدم الالتزام، ضرورة وجود التعاطف والحزم معاً لأن الأفراد مختلفون في تكوينهم لتطبيق الانضباط فيحترم العاملون الوقت احتراماً كبيراً سواء وقتهم أو وقت غيرهم مما يجعلهم حريصين على الالتزام ولا يتقبلون الخطأ لأي سبب، إعداد تقرير فوري بعد وقوع أي انحرافات مع التركيز على نوعية الانحراف والمسئول عنه والظروف المحيطة ومعالجة المسئول للحدث، إدخال أساليب فنية متطورة بطريقة تدريجية مع إقناع العاملين بالعائد عليهم وعلى المنشأة في حالة اتباعها كما أنه من الضروري أن يتدربوا على التعامل معها وأن تكون مناسبة لحاجة العمل وطبيعته، الالتزام بعدم التحيز في فرض الجزاءات لمنع تعرض العاملين للظلم والإحباط،

ضرورة التأكد من إذا كان الفرد يعرف مسبقاً أن الخطأ الذي ارتكبه سيترتب عليه جزاءات وأن التقصير متعمد، تحقيق المدير بملابسات الحادث وأن الفرد تسبب فيها فعلاً لإعطاء الجزاء المناسب، ضرورة أن يكون الجزاء متناسباً مع مقدار الخطأ ومتساوي في الأخطاء المتشابهة، إعطاء الفرد الفرصة كاملة ليدافع عن نفسه ويشرح موقفه لضمان تحقيق العدل والمساواة عند تطبيق الجزاء، وتهدف تنمية الموارد البشرية إلى رفع كفاءة العاملين، وتزويدهم بالمعرفة لرفع مستوى كفاءتهم الإنتاجية لأقصى حد، وبما أن الموارد البشرية تعتبر الركيزة الأساسية للمنشأة فلابد من بذل جهود ملموسة ومستمرة ليكتسب العاملون أسلوب تفكير متميز بما يمكنهم من أن يصبحوا قادة مرموقين فالإدارة الجيدة يمكن اكتسابها بالدراسة والخبرة الذاتية، والإلمام بخبرة الآخرين والاستفادة منها والعمل على تنمية الأفراد وذلك يسهل العمل، ينشئ فريقاً مدرباً يقوم بعمله بكفاءة عندما يترقى إلى منصب أعلى، وعندما ينمي قدرات معاونيه فإنه ينمي قدراته أيضاً في نفس الوقت، كما ينمي حس الانتماء والولاء للمنشأة، وأثناء أحداث تنمية بشرية من الأفضل عدم التركيز على الجوانب السلبية لدى الأفراد، بل التركيز على الجوانب الإيجابية ومحاولة تنميتها، أي على ما يستطيع الفرد القيام به وتنمية قدراته، وتغيير أسلوب تفكيره، وذلك بمساندته وتقديره له، واستبعاد الإحباط والتشاؤم والانتهازية.

ومن المهام خلق شعور بالانتماء للمنظمة لدى الأفراد، حتى لا يذكرونها على أنها كيان منفصل عنهم بل يشعرون بأنهم من

المقومات الأساسية لها، وأن ازدهارها يتم طبقاً لمجهوداتهم، وذلك من خلال جعلهم مشاركين في أغلب القرارات عن طريق التدريب والممارسَة، فينظروا للمنشأة على أنها كيان غير منفصل عنهم بل وحدة متكاملة معهم.

قد يشعر العاملون بالملل وعدم الرضا أو التذمر الدائم بسبب الأداء الروتيني، هنا يظهر دور الإدارة الجيدة التي تعمل على تخفيف الشعور بالملل عن طريق إثراء العمل وذلك لتوسيع نطاق العمل لدى الفرد بإعطائه أعمالاً ومسئوليات إضافية في حدود الجهد المطلوب والوقت المتوفر، تشجيع الفرد من خلاّل إلحاقه بعمل غير الذي يقوم به، وهذا قد يتطلب تدريباً تحويلياً. وقد يتسبب دوران العمل بالشعور بالإحباط للفرد، نظراً لأنه سيفتقد الجماعة التي كان يعمل معها أو سيشعر بأنه غريب ودخيل في عمله الجيد، كما سيشعر أيضاً بأنه ليس لديه خبرة مثل الموجودين. ويمكن تفادي ذلك من خلال إحداث دوران العمل داخل القسم وذلك بعد إجراء تدريب للفرد على عمله الجديد.

Since value for guests and profits depend on the managers and staff members successfully handling moments of truth, the primary challenge for a managers is to create an organizational culture that places a high priority on providing quality service to guests. A hallmark of such a culture is that each manager and staff member realizes the contribution

to guest satisfaction that he or she makes at each moment of truth.

Within an organizational culture that emphasizes quality service, the act of managing; itself becomes a form of service: managers serve the staff members who, in turn, serve guests. Managers are often absent from many "guest contact" moments or moments of truth. In the face of this reality, managers have two choices: they can attempt to be present at each moment of truth to make sure that it is handled correctly, or they can train and empower staff members to successfully handle these moments.

As mentioned earlier, the sheer numbers of moments of truth that occur at a typical restaurant make the first option impossible for managers, as any veteran restaurant manager would immediately recognize. For example, let's say that general manager has identified 39 moments of truth in a typical guest's visit to the restaurant. If the restaurant serves an average of 400 guests per meal period, the restaurant averages 15,600 moments of

truth per meal period, or 46,800 per day (given three meal periods) and 17,082,000 moments of truth a year! While some restaurants may identify more than 39 moments of truth per guest and others less, the fact remains that the number of moments of truth is enormous for any restaurant. Managers cannot be everywhere at once, peering over the shoulders of staff members, policing procedures, and supervising behaviors. In a service-driven organization, the most important decisions and actions of managers are those that help staff members become more effective at managing moments of truth on their own. The traditional management functions of directing, controlling, and commanding give way to the new management responsibilities of empowering, enabling, and supporting.

The term "empowerment" is a frequently used and abused buzzword. For the purposes of this chapter, we are defining empowerment as "the redistribution of power within an organization enabling managers, supervisors, and staff members to perform their

jobs more efficiently and effectively." The overall goal of empowerment is to enhance service to guests and increase profits for the organization by releasing decision-making responsibility authority, and accountability to every level within the organization.

Managers "enable" their staff members by providing the training-necessary to help them become competent in performing the fundamental tasks of their jobs. Training is absolutely fundamental to quality service and is most effective when it provides staff members with the "why" behind the "how-to" of their jobs; staff members need to know how they create value for guests.

Managers support their staff members by backing up the good decisions and actions they take on the front lines, serving guests as best they can at each moment of truth. If a staff member makes a truly bad service choice not-just a choice that was effective but happened to be different from what the manager would have done the manager will have to call the staff member's attention to the mistake, but

can still show support by coaching the staff member and providing retraining if necessary.

To carry out their empowering responsibilities, managers must influence individual staff members to accept greater personal responsibility and exercise more control over the way they perform their jobs. However, before exercising more control over their jobs, staff members will want assurances from their manager that the organization values their ideas, has confidence in their judgment, and will support their efforts.

In trying to create a robust service culture in which staff members are empowered to successfully handle moments of truth, many food service managers find themselves lost in a bewildering maze of contradictory functions and roles. Exhibit 4 outlines some of the seemingly contradictory responsibilities that managers need to balance. It's important for managers to continue to do things right, but they must constantly ask themselves whether they are doing the right things. Managers direct operations, but they learn what to direct and

how to direct by monitoring guest expectations. Managers must enforce policies and rules, but they must create within their staffs an understanding of "Why these particular policies?" and "Why these particular rules?" by communicating a vision of the organization and the values that drive that vision. Managers must work with their staffs to design procedures and tasks in their areas, but they must also manage the broader systems and processes of which those procedures and tasks are a part. Managers are directly responsible for the results of their operational areas, but they achieve results largely indirectly, by supporting the efforts of staff members. Managers are responsible for fostering stability within their areas, but stability does not necessarily mean preserving the status quo it can very well mean creating a learning environment by fostering change and engaging in continuous improvement efforts.

While there are no easy answers to the challenges food service managers face, a new direction for managers is emerging from the practices of today's

successful food service organizations. These practices encourage managers to find a balance between managing their operations using traditional management tools and leading their staff members using the new management tools of empowerment and coaching

Funçtions of Managers:-

A manager's leadership role takes on vital importance in the new service environment of empowered staff members. Today's managers must lead more by example and less by simply commanding and directing. To lead by example, managers must develop qualities within themselves that will help them do-a better job of managing and inspire staff members to also perform better at their jobs.

While there has been much written about business leadership in general, substantially less is available specific to the food: service industry. Most of the recent leadership studies of the hospitality industry have been conducted by faculty researchers in The School of Hospitality Business of Michigan State

University. Material in this section is adapted from these studies.

Provide a compelling message or vision Have-a-strong personal value or belief system Recognize that the ability to adjust is a necessity Listen as well as, if not better than, they speak Know their strengths and nurture them Trust their staff members leaders should possess the following characteristics:

Credibility , Dependability , Self-confidence, Emotional stamina and Courage

In the following sections, their responses are organized into six categories: vision, communication, trust, perseverance, education, and self-awareness vision. A food service manager who wants to be a good leader should develop a clear vision for the organization and base goals, objectives, and plans on that vision. A leader must believe in what he or she is doing and convince others to believe in it, too.

"Dare to be you—set a vision and go after it with-all of your energy," advised one CEO. Managers

must believe in their goals because commitment is contagious. Current leaders in the food service industry in Japan suggested that vision and humility should be blended: "Keep your vision high, yet keep your head low." A humble, mature-acting manager can do a better job-of leading than an arrogant, immature manager. A leader must work to accomplish his or her vision for the organization with passion and persistence.

Communication. Communication is more than simply speaking. First and foremost, communication is listening. "Listen to your people/trust them, and let them take chances," advised one study participant. Leaders should listen and act on what they hear from guests and staff members. It is critical that a manager communicate the big picture, because everyone in the organization wants to know where the organization is going.

Trust Wise managers develop trust-based relationships with all of their associates. One CEO suggested that "from self-esteem comes trust, from

trust comes commitment, and from commitment comes performance. Nothing else will work." Good managers allow people-the opportunity to do their jobs and grow in their careers. They let staff members-share in the fun, the glory, and the defeats.

Japanese food service leaders stressed that trust is built and reinforced by supporting staff members and encouraging them to make their own decisions. Managers must always be ethical and display understanding and compassion for other human beings that's how trust is nurtured. An important element of leadership is credibility and honesty. Managers should keep in mind that credibility is much easier kept than recovered. Managers who want to be effective leaders are role models for others in the organization.

Perseverance. Perseverance is a trademark of managers who make a positive difference. To be good leaders, managers must be fully committed to their cause, have a plan, communicate it, and stick with it. Moreover, managers must be honest with

themselves and stand by their personal convictions. Good managers are known for digging in, getting involved, being competitive, and working to achieve goals. A manager's commitment to the organization can kindle commitment from others.

The presidents and CEOs surveyed in the studies reminded managers that success is the process of learning to "fail forward." If at first you don't succeed, learn from your mistakes and succeed the second time. Good managers work hard, believe in themselves, create opportunities, and stay after their goals.

Education. Managers who want to be good leaders should never stop learning—a leader can never know enough. New knowledge should be shared with others in the organization. "Look, listen, learn, and communicate" is what one CEO advised. Another challenged managers to enjoy and distribute knowledge, never to waste or hoard it.

Managers who want to be good leaders should learn as much as possible about their business.

They should also develop a well-rounded education.

Self-Awareness. Japanese food service leaders were unique in stressing that, to be a good leader, a manager must build self-awareness. They advised managers to be honest with themselves, and stated that leadership in any setting is first, foremost, and always an inner quest. An analysis of self helps a leader to be more effective in achieving an organization's goals. Self-awareness is improved when an individual continuously evaluates inner feelings and motivations.

Many leadership-development programs in Japan foster self-awareness. Mi-kasa, a leading restaurant in Tokyo, has introduced the Zen meditation system as part of its leadership-development program. The restaurant even has its own meditation room for staff members and managers.

Staff Members

Staff members are the individuals managers must lead wisely and well if their food service

organizations are to be ideally successful. A motivated staff is the key to success in any food service setting.

Staff members are just as valuable as guests, in the sense that, without them, the restaurant fails: if there is no one to perform the work, no work gets done, nothing of value is produced, no guests come, and the restaurant must close its doors. In a strictly economic sense, the value of staff members is reflected in the wages and benefits managers pay them for their work. But in the context of quality service— that is, in the sense of consistently meeting or exceeding guest expectations—their true value is in their ability to keep guests coming back by providing excellent service during moments of truth.

A staff's performance during moments of truth can be seen as a product of the combination of staff members' personal resources and the organizational resources of the company. The personal resources of a staff member include everything that the individual brings to the task of consistently meeting

or exceeding guest expectations. These resources include personality, character, life values, thoughts, feelings, and more. Organizational resources include everything provided by the company for the staff to consistently meet or exceed guest expectations. Typical types of organizational resources include:

- Physical facilities
- Technological systems
- Workplace design
- Training systems

By themselves, these organizational resources do not create value for guests. A food service organization can have the best facilities, state-of-the-art technology, the most efficiently designed work areas, and the most well-intentioned training systems, but it is the performance of staff members that determines whether these resources actually produce value for guests.

To do a good job when handling moments of truth, staff members must merge the organizational resources provided by the company with their

unique talents as individuals. Without the contribution of personal resources from staff members, guest expectations are rarely exceeded—in fact, they might not even be met.

For example, consider your own experiences as a restaurant guest when servers begin reciting the "daily specials." The job task is to suggest menu options that might appeal to you and increase revenues for the restaurant. It's all too obvious when a server performs this task with minimal involvement and commitment of personal resources. The presentation becomes a memorized script delivered as fast and as colorlessly as possible by servers who are bored by the monotony of their own performances. Information is communicated to you, but chances are good that the actual message you receive may be something like this: "Reciting daily specials is just part of my job here. It's a necessary evil, a nuisance, an annoyance to everyone. But now it's done. So, what do you want to order?"

You may also have experienced situations in which servers presented the daily specials in an effortless, enthusiastic, and genuinely helpful manner. Sometimes, a server is so talented that letting you know about the daily specials becomes seamlessly woven into the overall welcoming experience you feel at the restaurant. This kind of delivery cannot be drilled into the serving staff during a training session or at a five-minute, pre-hift line-up meeting. It flows from the personal esources of the server, from the individual's talent at blending his or her performance with an organizational resource-daily specials.

One of the roles of managers as leaders is to encourage their staffs to tap into their current personal resources when performing their jobs. Managers should also encourage staff members to develop new talents that can help them perform their jobs even better. Food service managers maximize the value of their staffs by improving the organizational resources available to staff members and by fostering, encouraging, and rewarding the

personal contributions made by staff members in the performance of their jobs.

Staff members perceive value and quality in much the same way as guests. A guest's perception of value is based on price and the quality of service received; staff members perceive value in relation to their paychecks and the quality of their work environment. Value is not simply a matter of wages and benefits; staff members expect their pay to be competitive within an industry and commensurate with their skills and abilities. However, in terms of perceived value, compensation is balanced within a context of the quality of the work environment. Staff members evaluate the quality of their work environment by the degree to which their positions, their co-workers, and the resources provided to them by the organization consistently meet or exceed their expectations.

Attracting people to work in the food service industry has long been an uphill battle against the public's perception that the industry offers mainly low-paying, dead-end jobs. To succeed as

employers of choice, food service managers must ful-11 two important responsibilities. The first is to enable new staff members, by providing them with training opportunities through which they can learn how to succeed on the job. The second is to empower and support new staff members, by providing the coaching and mentoring through which they can grow both personally and professionally.

The same challenges exist in retaining veteran staff members at every level of food service organization. Managers, supervisors, and staff members all expect 3 learn and grow professionally and personally through their work. People measure the quality of work offered by a position, company, and industry in part by the degree to which the work meets or exceeds their expectations of personal and professional opportunities for learning and growth.

Staff members also judge a company's value by the quality of their day-to-day work experiences. Just as there are moments of truth throughout a

guest's food ser-ice experience that form a continuous chain of events and build a perception of value for guests, so too there are internal moments of truth in the day-to-day activities of work that build a perception of value for staff members.

Internal Moments of Truth. Think of internal moments of truth as specific events, situations, or interactions in which anyone employed by the company comes into contact with some aspect of the company that contributes to the quality of his or her work life.

Many things contribute to the quality of staff members' work lives. When they arrive at work, do staff members encounter a poorly lit employee parking lot full of potholes and trash, or a well-kept, well-lit place to park? When staff members enter he staff break room, is it a welcoming environment or is it a "temporary" storage place cluttered with forgotten odds and ends that are never taken care of? When staff members use equipment to help them perform their jobs, is it the

proper equipment, in good working order, or do they have to struggle with inefficient or broken-down tools? All of these situations can be thought of as internal moments)f truth.

However, for most staff members, the vast majority of internal moments of truth involve their co-workers. Just as most moments of truth for guests involve encounters with staff members, most internal moments of truth for staff members involve encounters with other staff members—specifically, encounters in which a staff member needs the help of another staff member in order to perform his or her ob. Examples include the following:

- A food server discussing a special order with a cook in the kitchen
- A busperson asking another busperson for help with resetting a table
- A banquet manager revising a banquet menu with the restaurant's chef

A primary leadership challenge for managers is to foster an organizational culture that encourages staff members to provide excellent service to each

other, so that together they can provide excellent service to guests. In such an organization, staff members are likelier to want to stay with the organization, because they are interacting with cooperative co-workers who are helping them achieve a common goal—providing excellent service to guests. When guests are served well, there are usually fewer problems to deal with, and the workplace tends to be à much happier environment.

Few food service organizations can succeed without a loyal, satisfied staff. Just as it is much easier for a restaurant to be successful if it retains loyal guests rather than expends the time and energy to replace dissatisfied guests with a constant stream of new ones, so too is it better for a restaurant to develop and retain a committed and productive staff than to manage a revolving door of terminated staff members and new-hires.

The first cost of staff dissatisfaction to consider is lost business. A dissatisfied staff leads to botched moments of truth and other service-related

problems for guests, which can lead to guests taking their business elsewhere. A creative way to measure how staff dissatisfaction contributes to lost business is to compare a company's staff turnover rate to the company's guest defection rate. This is what Taco Bell did when it examined turnover records for its restaurants. The company found that the 20% of its restaurants with the lowest turnover rates had double the sales and 55% higher profits than the 20% of its restaurants with the company's highest turnover rates. This discovery led Taco Bell to fix the turnover problems at the under-performing restaurants, which not only increased sales but profitability too.

The second area to consider in relation to the cost of staff dissatisfaction is the direct cost of staff turnover, such as termination, recruitment, and selection costs. Additional, indirect costs associated with turnover are not as easily determined, but they exist nevertheless. These costs include the usually low

Productivity of new staff members and other effects that relate to turnover, such as more waste and more work accidents.

Each restaurant should calculate its own turnover costs. These costs can vary tremendously from restaurant to restaurant and across the various segments of the food service industry. At some restaurants, the cost of turning over a single staff-member position can range from $900 to $4,500. The cost to replace a manager can be three times that amount. Expenses saved by reducing turnover drop these dollars directly to the restaurant's bottom line.

One way of emphasizing the high cost of staff dissatisfaction is to calculate the amount of additional revenue that a business would have to generate in order to compensate for the expenses related to turnover. If the profit margin for the restaurants cited in the previous example is 10%, then it would take between $9,000 and $45,000 in additional sales to make up, on the bottom line, for the loss of a single staff member, and as much as

$27,000 to $135,000 in additional sales to compensate for the loss of a manager.

Some turnover can't be avoided—for example, staff members might move out of the area or go back to school. Some terminations are forced the staff members are fired. So, not every staff termination signals job dissatisfaction, and some turnover must be expected. What a manager wants to do is stop the avoidable turnover.

To tackle the turnover problem, a manager needs information that pinpoints exactly when and where the turnover is occurring. This information can help the manager focus efforts on analyzing why the turnover is occurring and suggesting actions to reduce the turnover. For example, if a manager finds that the majority of turnover occurs within the first 90 days of employment, the manager could focus efforts on reviewing the restaurant's selection and orientation processes, and supervisors could review their training programs for new-hires. Exit interviews with staff members terminating their employment can provide helpful


المراجع

المـراجـع

- د/ أحمد إلياس (٢٠٠٤) إدارة الفنادق ومراقبة جودة خدمات الضيافة – دار الهاني للطباعة والنشر – القاهرة
- د/ أبو بكر عمر (١٩٨٧) إدارة الفنادق – مطبعة النسر – القاهرة
- د/ سامي عبد القادر (٢٠٠٤) الإدارة الفندقية – مجموعة النيل العربية – القاهرة
- د/ حسن إسماعيل (٢٠٠٥) المستويات القياسية للجودة الفندقية – مكتبة الأنجلو المصرية – القاهرة
- د/ ماهر عبد العزيز (١٩٩٨) إدارة الحفلات والمؤتمرات – دار زهران – عمان
- د/ نيڤين شريف (٢٠٠٩)إدارة الحفلات والمؤتمرات – المعهد العالي للسياحة والفنادق – الإسكندرية
- د/ نيڤين شريف (٢٠٠٩)إدارة المكاتب الأمامية – المعهد العالي للسياحة والفنادق – الإسكندرية
- Burstein, H. (2004) Hotel security management prager press, New York.
- Taomhan, N. (2002) Professional hotel management. LTD company, New Delhi.
- Robert, H (2003) Quality leadership and management in the hospitality industry. Educational institute.

- National Restaurant Association (2002) System of Accounts the Restaurants, 8th. Ed., Thony Wiely Inc.
- Lendal, H (2006) Planning and Control for Food and Beverage. John Wiely Inc., New York.
- Kotschevar, T (1998) Beverage Operations. Mc Graw Publishing Company Limited, New Delhi.
- Raymond, G (2005) System of Accounts for the Loding Industry, 9th. Ed., East Lansing, London.
- John, H. (2010) Commercial service guide, U.S.A.
- Vallen, J. (2005) Principles of effective front office management. Norman press, U.S.A.
- Brighan, G. (2001) Housekeeping for hotels. Jacop company, New York.
- Micheal, L. (2002) Managing front office operations. Educational institute.
- Richard, B (2006) Front office procedures. Educational institute, U.S.A.
- Troy, W (2004) Strategic marketing. Hotel association, U.S.A.
- Patricia, A (2003) Housekeeping management.
- American hotel association, New York.

- James, R. (2004) Marketing and sales. Educational institute, London.
- Jack, D. (2008) Principles of food and beverage operations. Aadam press, New Delhi.
- Foster, D. (2007) Front office operation. Macmillan Mc Graw Hill press, California.
- Cichy, W (2002) Managing Service. Jhony Wiely. Inc., New York.
- Wise, D (2004) Food and Beverage suggestive selling. East Mich., London.
- Dinemeier, J (2003) Beverage Management Business Systems for Hotels and Restaurants. 4th. Ed. Lebhar Friedman publication, New York.
- Schmidgall, S, (2003) Hospitality Industry Managerial Accounting. East and Mich. Lansing, U.S.A.
- Raymond, C (2000) Understanding Hospitality Accounting. Lebhar Friedman publication, New York.
- Kolpan, S (1999) Control for Food and Beverage. Mich Lansing, U.S.A.

- Tanker, D (2002). Controlling Beverage Risk Effectively. Butterl and Tanner, Ltd, London.
- Hayter, R (2004). Food Service. Macmilan press, Hotel and Catering Training company, London.
- Donald, F (2004). The Hotel and Restaurant Business, 3 th.ed, Mc Graw publishing Company Limited, New Delhi.
- Gerald, W (2005). The Lodging and Food Service Industry. Lansing, U.S.A.
- Levelle, W (2005). Food Service in Institutions. 5th. Ed., Macmillan, New York.
- Lowe, D (1999). Restaurants and Institutions Lansing and Mich, U.S.A.
- Stokes, W (2001). Food Service in Industry and Institutes. East Lansing, Mich, New York.
- Kell, M. (2000) Business management principles and practices. Wellesley, U.S.A.
- Micheal, R and Norbert, E. (2002) Human Resource management. Dryden press, London.
- Gerald, W. (2007) Modern hotel and motel management. Ereaman Company, San Francisco.

الفهرس

الفصل الأول

الفصل الثاني

الفصل الثالث

الفصل الرابع

الفصل الخامس

الأثاث والتجهيزات المستخدمة في قاعات المؤتمرات والحفلات

الفصل السادس

الفصل السابع

الفصل الثامن

الفصل التاسع

الفصل العاشر

الفصل الحادي عشر



لنشر وتوزيع الكتب
٠٤٥٢٢١١٤٩٥ - ٠١٢١١٥١٢٣٧
E-mail: bostan_elma3rafa@yahoo.com

Genial Print . 0122 85 95 473